



วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2563) ISSN 2392-5817

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ นักวิชาการ นักการศึกษา และผู้สนใจ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ครอบคลุมศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ ประกอบด้วย สาขาการจัดการทั่วไป การตลาด การเงินการธนาคาร การบัญชี การบริหารทรัพยากรมนุษย์ โลจิสติกส์ ธุรกิจระหว่างประเทศ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ ธุรกิจศึกษา เศรษฐศาสตร์ นิเทศศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ หรือสาขาที่มีความเกี่ยวข้อง
2. เพื่อส่งเสริม เผยแพร่การศึกษา ค้นคว้าวิจัยที่มีประโยชน์ มีคุณค่าต่อการพัฒนาองค์ความรู้วิชาการ ในสาขาวิชาต่าง ๆ

กำหนดออกตีพิมพ์เผยแพร่

ปีละ 2 ครั้ง

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

เจ้าของ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

สำนักงานกองบรรณาธิการ

“วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม” คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

85 หมู่ 3 ถนนมาลัยแมน ต.นครปฐม อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

โทรศัพท์. 0-3426-1021-36 ต่อ 3360 โทรสาร 0-3426-1068

เว็บไซต์ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/JMSNPRU/index>

E-mail address : wisitson@webmail.npru.ac.th



การส่งต้นฉบับ

ผู้สนใจสามารถส่งต้นฉบับเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์ใน วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ได้ตามที่อยู่กองบรรณาธิการ โดยปฏิบัติดังนี้

1. ส่งต้นฉบับบทความวิจัย บทความวิชาการ บทความปริทัศน์ และบทวิจารณ์หนังสือ โดยสามารถส่งได้ทั้งทางไปรษณีย์และอีเมล
 2. แบบเสนอต้นฉบับ ซึ่ง download ได้ที่ <https://1th.me/7QEjS>
 3. ควรตรวจสอบต้นฉบับให้ถูกต้องตามคำแนะนำสำหรับผู้เขียน (manuscript) และรูปแบบการอ้างอิงที่กำหนดไว้
- บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนี้ทุกเรื่องต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ในสาขาที่เกี่ยวข้อง อย่างน้อยบทความละ 2 ท่าน แบบ double blinded review
 - ทศนะและข้อคิดเห็นของบทความที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน ไม่ถือว่าเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ
 - กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ไม่สงวนสิทธิ์ในการคัดลอก แต่ให้อ้างอิงและแสดงที่มา

พิมพ์ที่ AK COPY

สนามจันทร์ 20 ถนนยิงเป้า ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 73000 โทร 064 805 9518



ได้รับการรับรองคุณภาพวารสาร จากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index-TCI)

สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กลุ่มที่ 2 (Approved by TCI during 2020-2024)

ผู้ทรงคุณวุฒิประจำกองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.อุทัย ต้นละมัย
ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ โสมประยูร
ศาสตราจารย์เกียรติคุณ เสนาะ ดีเยาว์
ศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ
ศาสตราจารย์ พิเศษ ดร.ยุวัฒน์ วุฒิเมธี
รองศาสตราจารย์ ดร.ครรชิต มัลลียงค์
รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ
รองศาสตราจารย์ ดร.สัญญา สัญญาวิวัฒน์
รองศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ รัฐฉัตรานนท์
รองศาสตราจารย์ ดร.เทพวาทิน หอมสนิท
รองศาสตราจารย์ ดร.กมล บุชบา
รองศาสตราจารย์ ดร.กิติมา ปรีดีติติก
รองศาสตราจารย์วรัณนี โสมประยูร
รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร จันทรนำชู
รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รวีภา ลาภศิริ

ที่ปรึกษาประจำกองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สมเดช นิลพันธุ์
ดร.วิรัตน์ ปิ่นแก้ว

บรรณาธิการบริหาร

รองศาสตราจารย์ ดร.จันทนา วัฒนกาญจนะ

รองบรรณาธิการบริหาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา แสงดวงดี

บรรณาธิการ

ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย

รองบรรณาธิการ

ดร.กนกพัชร กอประเสริฐ

ดร.ศานติ ดิฐสถาพรเจริญ

อาจารย์ขวัญฤพา ศรีสว่าง

ฝ่ายจัดการและธุรการ

อาจารย์ทิวพร ทราบเมืองปัก

อาจารย์วินัย บุญคง

นางสาวอุทัยวรรณ รุ่งทองนิรันดร์

นางสาวลักขณา อินทาปัจ

นายธรรมรัตน์ ธารีรักษ์

นางสาวสุวรรณี วิชัยคำจร

นางสาวปิยะวรรณ ชินตานนท์

กองบรรณาธิการจากหน่วยงานภายนอก

รองศาสตราจารย์ ดร.สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ
รองศาสตราจารย์ ดร.แก้วตา ผู้พัฒนพงศ์
รองศาสตราจารย์ ดร.พรชนก ทองลาด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรัณศุภมาส เอ่งฉ้วน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนิชา ณ นคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรรัตน์ วิริยะสีบงค์
ดร.ชัยพร ธนถาวรลาภ
ดร.พิชญะ อุทัยรัตน์
ดร.ภัทรพล ชุ่มมี

ดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรรัชย์ กิตยानนท์
ดร.สมชาย เลิศภิรมย์สุข
ดร.วาสนา บุตรโพธิ์
ดร.จรรยา ชำนาญไพร

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
คณะกรรมการและห้องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการสายงานเครือข่ายเกษตรกร ตลาดสี่มุมเมือง

กองบรรณาธิการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เขาวภา บัวเวช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดช ธรรมศิริ
อาจารย์วีรภัก อูฑารสกุล

ดร. จันจิราภรณ์ ปานยินดี
ดร.กิตติกร สุนทรานุรักษ์
ดร.ดวงใจ คงคาหลวง

รายนามคณะผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก พิจารณาบทความประจำ
“วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม”

ศาสตราจารย์ ดร.ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.แก้วตา ผู้พัฒนาพงศ์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
รองศาสตราจารย์ ดร.พรชนก ทองลาด	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
รองศาสตราจารย์ ดร.ศิษฐ์ธวัช มั่นเศรษฐวิทย์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
รองศาสตราจารย์ ดร.ฤกษ์ชัย พูประทีปศิริ	คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
รองศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา	คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงค์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรรณี ดอนจ่อหอ	ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.มานพ ชูนิล	คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
รองศาสตราจารย์ อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันทา เลาหนันท์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม ธรรมบุตร	วิทยาการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา
รองศาสตราจารย์ ขวลิย์ ณ ถลาง	วิทยาการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา
รองศาสตราจารย์ ธีโสธร ตู้ทองคำ	คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
รองศาสตราจารย์ วรุณี เขาวนัสสุขุม	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันตะนี	คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุมาลี รามันท์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประยงค์ มีใจเชื้อ	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริฉันท สติรกุล เตชพาหพงษ์	คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมนัด บัญรัตนกิตติภูมิ	คณะกรรมการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตาภา ถิรศิริกุล	วิทยาลัยรัฐกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนิชา ณ นคร	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ อารังสินถาวร	คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดชาพันธ์ รัฐศาสนศาสตร์	คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุวัฒน์ ชลไพศาล	วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิษณุ วงศ์สินศิริกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จรุง บุญสนอง

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชลลดา พิงรำพรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ญาณัญญา ศิริภัทรธาดา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สมศักดิ์ อมรศิริพงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ภัทร์ พลอยแหวน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิพรรธน์ พิเชฐศิริประภา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล ชูชินปราการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรรัตน์ วิริยะสีบงศ์

ดร.สุทธิรัตน์ พลอยบุตร

ดร.ธนากร มาเสถียร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรรัชย์ กิตียนนท์

ดร.ฉัตรรัตน์ ไทรตะไผ่ยศ

ดร.เรืองเดช เร่งเพียร

ดร.ภัทรพล ชุ่มมี

ดร.พิชญา อุทัยรัตน์

ดร. สุภาพร เฟ่งพิศ

ดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข

ดร. คชาวุฒิ สังฆาต

ดร.พัทธ์พสุตม์ สาธนูวัฒน์

ดร.จีรนนท์ เขมพันธ์

ดร.ละเอียด ศิลาน้อย

ดร.สมชาย เลิศภิรมย์สุข

ดร.วาสนา บุตรีโพธิ์

ดร.จรุง ชำนาญไพร

Professor Dr. Roh,Seong-Kyu

Professor Dr. Seung-jea

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิต

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนสุนันทา

คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนสุนันทา

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏ

วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏ

วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เวสเทิร์น

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชมนครรัตนโกสินทร์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมนครธัญบุรี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

คณะเทคโนโลยีการเกษตรภาคพัฒนาการเกษตรและการ

จัดการทรัพยากร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ

ทหารลาดกระบัง

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการสายงานเครือข่ายเกษตรกร

ตลาดสี่มุมเมือง

Sungkyunkwan University South Korea

Korea National University of Education South Korea

นิเทศศาสตร์

ศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เป็ญจรงค์กิจ

รองศาสตราจารย์ ดร.อุษา บิ๊กกินส์

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ

รองศาสตราจารย์ ดร.ธิตีพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์

รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ

รองศาสตราจารย์ ดร.บุบผา เมฆศรีทองคำ

รองศาสตราจารย์ จันทนา ทองประยูร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หุ่นเกษม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสภภาพร กล้าสกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณรัตน์ ชินวรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ปันทรานวงศ์

ดร.โมนัยพล รณเวช

คณะนิเทศศาสตร์นวัตกรรมการสื่อสาร สถาบันบัณฑิต
พัฒนบริหารศาสตร์

คณะนิเทศศาสตร์นวัตกรรมการสื่อสาร สถาบันบัณฑิต
พัฒนบริหารศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รายนามคณะผู้ทรงคุณวุฒิภายใน พิจารณาบทความประจำ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.จันทนา วัฒนกาญจนะ

2. รองศาสตราจารย์ ดร. เกศินี ประทุมสุวรรณ

3. รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒน์ ฉิมะสังคนันท์

4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เยาวภา บัวเวช

5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธงชัย พงศ์สิทธิกาญจนานา

6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤติยา รุจิโชค

7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัชชา ศิริรัตนารุ

8. อาจารย์ ดร.ปาริชาติ ขำเรือ

9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา แสงดวงดี

10. อาจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย

11. อาจารย์ ดร.กนกพัชร กอประเสริฐ

12. อาจารย์ ดร.ศานติ ดิฐสถาพรเจริญ

13. อาจารย์ ดร.พงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น

14. อาจารย์ ดร.พงษ์สันต์ ต้นหยง

15. อาจารย์ ดร.พรรษา คล้ายจันทร์พงษ์

16. อาจารย์ ดร.ชนพงษ์ อภรณ์พิศาล

17. อาจารย์ ดร.จันจิราภรณ์ ปานยินดี

18. อาจารย์ ดร.ดวงใจ คงคาหลวง

19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดช ธรรมศิริ

20. อาจารย์ ดร.จีรวรรณ นกเอี้ยงทอง

21. อาจารย์ ดร.ดารินทร์ โพธิ์ตั้งธรรม

22. อาจารย์ ดร.ณัฐชามณูห์ ศรีจำเริญรัตน์นา

23. อาจารย์ ดร.มารีษา สุจิตวนิช

24. อาจารย์ ดร.พันธิการ์ วัฒนกุล

25. อาจารย์ ดร.ภัชระภร ปุຍสุวรรณ

26. อาจารย์ ดร.กิตติกร สุนทรานูร์รักษ์

27. อาจารย์ ดร.ธีรเดช ทิวถนอม

สารจากคณบดี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2527 เพื่อผลิตบัณฑิตสาขาการบริหารธุรกิจ การบัญชี และนิเทศศาสตร์ และต่อมาในปี พ.ศ. 2547 ได้เปิดการเรียนการสอนระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไปขึ้น เป็นที่ทราบกันดีว่านโยบายการผลิตบัณฑิตระดับปริญญาโท และปริญญาเอก นักศึกษาต้องมีความรู้ และความสามารถในการทำวิจัยเพื่อพัฒนางาน และสร้างองค์ความรู้ใหม่ และต้องนำมาเผยแพร่สู่สาธารณชน ตามช่องทางต่าง ๆ วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมผลิตขึ้น มีเป้าประสงค์เพื่อที่จะเป็นสื่อให้นักศึกษา คณาจารย์ นักวิชาการ และบุคคลทั่วไป สามารถนำผลงานวิจัย และงานวิชาการในสาขาการบริหารธุรกิจ การบัญชี และนิเทศศาสตร์ หรือสาขาที่เกี่ยวข้องมาเผยแพร่

กองบรรณาธิการตระหนักถึงคุณภาพของผลงานที่นำมาลงตีพิมพ์ ดังนั้นผลงานทุกฉบับ จะต้องผ่านการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer reviewers) ในสาขา ไม่น้อยกว่า 2 ท่าน ตามกระบวนการที่ได้มาตรฐาน วารสารวิทยาการจัดการ กำหนดให้มีการจัดทำปีละ 2 ฉบับคือ ฉบับประจำเดือน มกราคม-มิถุนายน และกรกฎาคม-ธันวาคม ของทุกปี และเป็นที่น่ายินดีที่วารสารได้รับการประเมินจาก ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index-TCI) ให้อยู่ วารสารกลุ่มที่ 2 ในกลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ต้องขอขอบคุณอาจารย์ทุกท่านที่มีส่วนร่วมแรงร่วมใจในความสำเร็จนี้ ในโอกาสนี้ต้องขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือจากอาจารย์ในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม นักศึกษาระดับบัณฑิตวิทยาลัย และผู้วิจัยทั่วไป ที่ให้ความสนใจส่งบทความเข้ามาตีพิมพ์เพิ่มขึ้น สิ่งนี้เป็นแรงใจ ที่ทำให้องค์กรบรรณาธิการเกิดความมุ่งมั่น เพื่อพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพยิ่ง ๆ ขึ้น โอกาสนี้จึงขอเชิญชวน คณาจารย์ นักวิชาการ นักศึกษา และบุคคลที่สนใจ ในสาขาดังกล่าว ส่งผลงานเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เพื่อพัฒนางานวิชาการ และผู้อ่านสามารถนำผลงานที่ลงตีพิมพ์ในวารสารไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ ต่อไป

D. วัฒนกาญจนะ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันทนา วัฒนกาญจนะ

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เป็นวารสารที่จัดทำขึ้นเพื่อรองรับบทความวิชาการ งานวิจัยของ อาจารย์ และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา จากสาขาวิทยาการจัดการ และสาขาที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม และจากสถาบันอื่น ๆ ที่มีผลงานวิจัยในระดับที่ดี ทุกบทความจะผ่านการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิ Peer Review จำนวน ไม่น้อยกว่า 2 ท่าน

สำหรับฉบับที่ 1 ปีที่ 7 นี้ น่าจะเป็นฉบับที่มีความพิเศษเนื่องจาก โลกของเรากำลังอยู่ใน สถานการณ์ โควิด 19 ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ถูกนำมาใช้ในระหว่างนี้ สิ่งที่เกิดขึ้นนี้แสดงให้เห็น สัจธรรมว่าทุกอย่างในโลกนี้ต้องมีการปรับตัว และผู้ที่ปรับตัวได้ คือผู้ที่อยู่รอดได้ ในระหว่างการปรับตัวนี้ เราจะพบเห็นวิถีชีวิตที่แสดงคามมีน้ำใจของคนไทยหลายอย่าง และหนึ่งในนั้นก็คือ "ตู้ปันสุข" สำหรับงานวารสารที่ผ่านถืออยู่ในมือนี้ บรรณาธิการเห็นว่่าก็มีลักษณะที่ไม่แตกต่างกัน ตู้ปันสุข แต่เป็น "ตู้ปันความรู้" ที่เกิดจากการแบ่งปันความรู้ และประสบการณ์งานวิจัย จากนักศึกษา อาจารย์ และนักวิชาการจากหลากหลายสถาบัน ซึ่งบรรณาธิการอยากจะเชิญชวนให้ท่านได้อ่านในงานที่ท่านสนใจ และต่อยอดความรู้ต่อไป และหากเป็นไปได้ ในโอกาสต่อไป ขอให้ท่านได้มาปันความรู้ โดยส่งบทความวิจัย บทความวิชาการ มายังวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมแห่งนี้

บทความวิจัย และบทความวิชาการในฉบับนี้มีจำนวน 25 เรื่อง เป็นของบุคลากรภายใน จำนวน 7 เรื่อง บุคลากรภายนอกจำนวน 15 เรื่อง และบทความที่เกิดจากการความร่วมมือกันระหว่างสถาบันจำนวน 3 เรื่อง

การเพิ่มขึ้นของจำนวนบทความและงานวิจัย นอกจากจะทำให้กองบรรณาธิการต้องทำงานให้มีความตั้งใจมากขึ้น แม้ภารกิจดังกล่าวจะนอกเหนือจากภารกิจการสอน แต่ก็เป็่นภารกิจที่กองบรรณาธิการมีความสุขที่ได้พบว่าวารสารได้รับความสนใจ เห็นในการพัฒนาการของการเผยแพร่งานวิจัย ขอขอบพระคุณในความกรุณาของผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ให้ความอนุเคราะห์อ่านบทความ และให้คำแนะนำในการแก้ไข บทความให้มีความสมบูรณ์ ในโอกาสนี้กองบรรณาธิการมีความประสงค์จะแจ้งให้นักวิจัยและคณาจารย์ที่สนใจ ส่งบทความเพื่อมีส่วนร่วมในการสนับสนุนบทความเพื่อเผยแพร่สู่สาธารณะ และยินดีที่จะได้นำเสนอบทความตามเจตนารมณ์ของผู้วิจัยในโอกาสต่อไป



อาจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย
บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความที่		หน้า
1	ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 2 (ชนิตา พลายแก้ว) Article history: Received 21 February 2019 Revised 26 March 2019 Accepted 29 March 2019 SIMILARITY INDEX = 1.00 %.....	1
2	การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสุขภาพองค์การ ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2 (สุดาวลัย ศรีเพชร) Article history: Received 21 February 2019 Revised 27 March 2019 Accepted 29 March 2019 SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....	16
3	ปัญหาและความต้องการเพื่อการพัฒนาของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดยะลา (อัปสร อีซอ และคณะ) Article history: Received 11 June 2019 Revised 2 September 2019 Accepted 9 September 2019 SIMILARITY INDEX = 1.63 %.....	31
4	ทัศนคติของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (ธนัญชนก เบ็ญไธสง) Article history: Received 11 May 2019 Revised 6 June 2019 Accepted 9 June 2019 SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....	42
5	แนวทางการพัฒนาคุณภาพนักเรียนศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอมือง จังหวัดนครปฐม (พระมหานิวัติชัย คำเหมื่อน) Article history: Received 10 March 2019 Revised 28 April 2019 Accepted 30 April 2019 SIMILARITY INDEX = 1.66 %.....	58
6	อิทธิพลของการใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามหลักศีล 5 ของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐม (พระมหาจักรพงษ์ กัณรัมย์) Article history: Received 1 March 2019 Revised 28 April 2019 Accepted 30 April 2019 SIMILARITY INDEX = 0.96 %.....	76

สารบัญ

บทความที่		หน้า
7	แนวทางการพัฒนาความภาคภูมิใจด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย (PEIJUN HAN) Article history: Received 28 April 2019 Revised 9 June 2019 Accepted 11 June 2019 SIMILARITY INDEX = 3.93 %.....	92
8	การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษา นักศึกษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครปฐม (เยาวภา บัวเวช และทิวาพร ทราบเมืองปัก) Article history: Received 24 April 2019 Revised 10 June 2019 Accepted 12 June 2019 SIMILARITY INDEX = 1.22 %.....	107
9	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม (นราธิป แนวคำดี ประพัฒสอน เปี้ยกสอน กฤษณ์ ทัพจุฬา และธัญพร เลี้ยงรักษา) Article history: Received 6 June 2019 Revised 17 July 2019 Accepted 22 July 2019 SIMILARITY INDEX = 1.25 %.....	121
10	การศึกษาแนวทางการประเมินประสิทธิภาพและการลดต้นทุนในงานขนส่งสินค้า บริษัท โทเทิล โลจิสติกส์ โซลูชั่น จำกัด (จัดตุรงค์ เพลินหัด และชัยฤทธิ์ ทองรอด) Article history: Received 5 June 2019 Revised 10 September 2019 Accepted 17 September 2019 SIMILARITY INDEX = 2.85 %	135
11	ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวที่แสวงหาผลประโยชน์ทางเพศจากเด็ก กรณีศึกษาจังหวัดสมุทรสงคราม (ศิรินันท์ ทิพย์เจริญ) Article history: Received 14 July 2019 Revised 31 January 2020 Accepted 2 February 2020 SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....	147
12	นวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ตามแนว โอทอปนวัตกรรมวิถี: กรณีศึกษาบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม (วิเชษฐ์ แสงดวงดี และคณะ) Article history: Received 10 December 2019 Revised 1 April 2020 Accepted 4 April 2020 SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....	157

สารบัญ

บทความที่		หน้า
14	<p>ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย (ลักส์วีณ์ เลี้ยงเจริญสุข)</p> <p>Article history:</p> <p>Received 20 June 2019 Revised 19 August 2019</p> <p>Accepted 21 August 2019 SIMILARITY INDEX = 0.96 %.....</p>	186
15	<p>การจัดการปัญหาพลังงานไฟฟ้าในประเทศไทยด้วยภาษีสรรพสามิต (ชญาวพร อัครวินปรีชา)</p> <p>Article history:</p> <p>Received 21 June 2019 Revised 21 July 2019</p> <p>Accepted 25 July 2019 SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....</p>	201
16	<p>การบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs – ประชากรรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร (สุกัญญา กลิ่นชุ่ม)</p> <p>Article history:</p> <p>Received 22 June 2019 Revised 31 July 2019</p> <p>Accepted 1 August 2019 SIMILARITY INDEX = 3.13 %.....</p>	216
17	<p>การศึกษาพฤติกรรมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม (วิริยา บุญมาเลิศ และ ชัยฤทธิ์ ทองรอด)</p> <p>Article history:</p> <p>Received 23 June 2019 Revised 1 April 2020</p> <p>Accepted 4 April 2020 SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....</p>	229
18	<p>การปรับตัวการใช้พลังงานระบบทำความเย็นของอาคารธุรกิจขนาดใหญ่ตามนโยบายภาครัฐ (เชิดชัย บุญแดนไพร)</p> <p>Article history:</p> <p>Received 1 June 2019 Revised 22 June 2019</p> <p>Accepted 28 June 2019 SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....</p>	238
19	<p>ความสำเร็จในการบริหารโครงการเพื่อยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามนโยบายภาครัฐ (ธนบัตร ศรีสวัสดิ์)</p> <p>Article history:</p> <p>Received 3 June 2019 Revised 16 June 2019</p> <p>Accepted 18 June 2019 SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....</p>	248
20	<p>แรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอ็นซี โคอีนท์ จำกัด ตำบลแพงพวย อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี (ณัฐริกา กลิ่นเมือง และคณะ)</p> <p>Article history:</p> <p>Received 28 June 2019 Revised 21 August 2019</p> <p>Accepted 28 August 2019 SIMILARITY INDEX = 3.83 %.....</p>	261

สารบัญ

บทความที่

หน้า

21

กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียม จังหวัดเพชรบุรี (ชุตินา ทองหนู)

Article history:

Received 28 August 2019 Revised 19 November 2019

Accepted 21 November 2019 SIMILARITY INDEX = 0.83 %.....

275

22

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร (ณัฐธินิชา ณ นคร)

Article history:

Received 22 December 2019 Revised 4 February 2020

Accepted 9 February 2020 SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....

294

23

การประยุกต์ใช้เสียงเพื่อควบคุมแสงสว่างบ้านอัจฉริยะสำหรับผู้สูงอายุ (ปิติกัทร ปิ่นบุตร กายรัฐ เจริญราษฎร์ กิตติพงษ์ ภูพัฒน์วิบูลย์ และ ณัฐชามณูย์ ศรีจำเริญรัตน์)

Article history:

Received 10 July 2019 Revised 20 December 2019

Accepted 23 December 2019 SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....

306

24

กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในย่านเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร (จิรศักดิ์ จิยะจันทร์)

Article history:

Received 20 December 2019 Revised 1 March 2020

Accepted 5 March 2020 SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....

320

25

ผลการทำบัญชีครัวเรือนที่มีต่อรายจ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนต้นแบบโครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชน ในเขตชนบท (จันทนา วัฒนกาญจนะ และคณะ)

Article history:

Received 2 February 2020 Revised 6 March 2020

Accepted 9 March 2020 SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....

332

จริยธรรมการตีพิมพ์

บทบาทและหน้าที่ของผู้นิพนธ์

1. บทความที่เสนอตีพิมพ์ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และต้องไม่อยู่ระหว่างการเสนอ เพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่น
2. ไม่ละเมิดหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่น หากนำผลงานของผู้อื่นมาใช้ จะต้องมีการจัดทำอ้างอิงตามรูปแบบที่วารสารกำหนด โดยระบุรายการอ้างอิงท้ายบทความ
3. ผู้นิพนธ์ต้องรายงานข้อมูลการวิจัยที่เกิดขึ้นจริง ไม่บิดเบือนข้อมูล และไม่ให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ
4. ผู้นิพนธ์ต้องมีความรู้ และเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานของบทความวิจัย และผลิดงานวิจัยที่มีคุณภาพ โดยตระหนักว่ารูปแบบ และมาตรฐานของต่างวารสารย่อมมีวัตถุประสงค์และมาตรฐานที่แตกต่างกัน
5. ผู้นิพนธ์ที่มีรายชื่อปรากฏในบทความ ต้องมีส่วนในการทำการวิจัยจริง นอกจากนี้ควรระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนในการทำผลงานทางวิชาการ ในกิตติกรรมประกาศ
- 6 บทความที่ส่งตีพิมพ์จะต้องเป็นไปตามรูปแบบที่กำหนด โดยจัดทำรูปแบบบทความตามคำแนะนำในการเตรียมบทความของวารสาร
7. ผู้นิพนธ์ต้องแก้ไขความถูกต้องของบทความตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) และทางกองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมกำหนด
8. ผู้นิพนธ์ที่มีการเผยแพร่ข้อมูลของหน่วยงานอื่น จะต้องได้รับอนุญาตจากหน่วยงานนั้นๆ
9. งานวิจัยใดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในมนุษย์ ควรมีหนังสือรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ

1. บรรณาธิการมีหน้าที่ในการพิจารณารูปแบบ กลั่นกรอง คัดสรรบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารอย่างเข้มข้น โดยมุ่งหวังให้เกิดคุณภาพและเกิดประโยชน์กับผู้อ่าน และจัดทำวารสารให้เป็นไปตามนโยบายและทิศทางที่กำหนด
2. บรรณาธิการจะไม่เปิดเผยข้อมูลใดๆ ในระหว่างช่วงเวลาการประเมินบทความและการตีพิมพ์วารสารฉบับนั้นๆ แก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลของผู้เขียนหรือผู้ทรงคุณวุฒิ รวมถึงไม่ปิดกั้นหรือแทรกแซงข้อมูลที่ใช้แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิและผู้นิพนธ์บทความ
3. บรรณาธิการต้องไม่แก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาบทความและผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ
4. บรรณาธิการต้อง ไม่นำบทความหรือวารสารไปใช้ประโยชน์ในด้านธุรกิจหรือนำไปเป็นผลงานทางวิชาการ และผลงานวิจัยของตนเอง
5. บรรณาธิการต้องคัดเลือกบทความมาตีพิมพ์ หลังจากผ่านกระบวนการประเมินบทความแล้ว โดยพิจารณาจากความสำคัญ องค์กรความรู้ใหม่ ความชัดเจน และความสอดคล้อง สัมพันธ์ ของเนื้อหา กับนโยบายของวารสารเป็นสำคัญ

6. บรรณาธิการต้องปฏิบัติตามกระบวนการและขั้นตอนต่างๆ ของวารสารอย่างเคร่งครัด และตรวจสอบการคัดลอกบทความอย่างจริงจัง โดยใช้โปรแกรมที่น่าเชื่อถือ รวมถึง หยุดการประเมินบทความ หากพบว่าบทความที่ส่งมาตีพิมพ์คัดลอกผลงานของผู้อื่น และปฏิเสธการรับบทความนั้นๆ

7. บรรณาธิการจะไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์เผยแพร่จากที่อื่นมาแล้วทั้งในรูปแบบของวารสาร หรือบทความหลังการนำเสนอในที่ประชุมวิชาการ (Proceeding)

8. บรรณาธิการจะไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนใดๆ กับผู้นิพนธ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ ทีมผู้บริหาร และกองบรรณาธิการฯ

9. หากมีหลักฐานที่ชัดเจนว่ามีการคัดลอกผลงานของผู้อื่น บรรณาธิการจะติดต่อผู้เขียนหลักเพื่อขอคำชี้แจง และหากไม่มีข้อชี้แจงตามหลักทางวิชาการ บรรณาธิการจะปฏิเสธการตีพิมพ์บทความนั้น

10. บรรณาธิการต้องรักษามาตรฐานของวารสาร รวมถึงพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพ สะท้อนองค์ความรู้ใหม่ๆ และมีความทันสมัยเสมอ

บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ

1. ผู้ประเมินบทความจะต้องรักษาระยะเวลาประเมินตามกรอบเวลาประเมินที่กำหนด ในการประเมินบทความต้อง ไม่มีอคติ ให้ข้อคิดเห็นตรงไปตรงมา สร้างสรรค์ นำไปสู่การปรับปรุงบทความที่ได้มาตรฐานทางวิชาการ

2. ผู้ประเมินบทความจะต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้นิพนธ์ เช่น เป็นผู้นิพนธ์ร่วม ผู้ร่วมโครงการ ผู้ร่วมงาน หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ที่จะทำให้ผู้ประเมินไม่สามารถประเมินและให้ข้อเสนอแนะได้อย่างอิสระได้

3. ผู้ประเมินบทความ จะต้องมีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญ โดยพิจารณาจากเนื้อหาของบทความ โดยประเมินบทความที่ตนมีความเชี่ยวชาญ พิจารณาคคุณภาพของบทความ ไม่ใช่ความคิดเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลมารองรับในการให้ข้อเสนอแนะหรือตัดสินบทความ

4. ผู้ประเมินบทความ ควรให้ข้อเสนอแนะ และระบุตัวอย่างผลงานวิจัยที่สำคัญๆ และสอดคล้องกับบทความที่ประเมินแต่ผู้นิพนธ์บทความไม่ได้อ้างถึง

5. หากผู้ประเมินบทความพบว่า บทความมีความเหมือน หรือซ้ำซ้อนกับผลงานของผู้อื่นโดยมีหลักฐานชัดเจน ผู้ประเมินสามารถปฏิเสธการตีพิมพ์และแจ้งแก่บรรณาธิการ เพื่อปฏิเสธการประเมินบทความนั้น

6. ผู้ประเมินต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความที่ส่งมาตีพิมพ์ แก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง ในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ

Publication Ethics

Duties of Authors

1. An article must not be published in any journal before or not under consideration for publication elsewhere.
2. Authors should ensure that their manuscript is original works, and cited publications must be listed in the references in accordance with the journal format.
3. Authors should avoid untrue statements or withhold information.
4. The listed authors should accurately participate in the article and all funding source must be disclosed in the acknowledgments.
5. The published article must comply with the format determined by the journal.
6. Authors must respond to all the suggestions of the reviewers and the Editor-in-Chief.
7. Authors must obtain written permission to disseminate information from the source.
8. Studies on human and animals require the approval from the ethic committee.

Duties of Editors

1. The editor is responsible for considering and deciding which of the submitted articles should be published to the journal and may be beneficial to the readers. The editors would be guided by the policies of the journal.
2. The editor must protect the confidentiality of authors and reviewers throughout the review process and all material or communications between authors and reviewers should not be interfered.
3. The editor must not edit or change the content of the article nor the review from the reviewers.
4. The editor must not use published or unpublished materials for personal interest or personal advantage.
5. The editor must select the articles for publication based on their significance and contribution to the body of knowledge, clarity and consistency of the content, and in accordance with the editorial board policies.
6. The editor must follow the procedures of the journal and thoroughly check copyright infringement and plagiarism. In case of violation, the editor must report and reject such article.
7. The editor must not accept published article or proceeding elsewhere.
8. The editor should not have a conflict of interest or personal stake with the author, the reviewers, and the editorial board.

9. The editor shall contact the corresponding author for clarification in case of copyright infringement and plagiarism. If there is no technical explanation, the article will be rejected.

10. The editor must maintain and develop the standards and quality, also reflect new knowledge for the journal.

Duties of Reviewers

1. Reviewers should give comments and opinions in improving the quality of a submitted article without personal bias and in a timely manner.

2. Reviewers must not have a conflict of interest or personal stake with the author – as a co-author, collaborators, or advisor which make the reviewers unable to give comments or suggestions independently.

3. Reviewers should be conducted objectively in the context of their expertise. Personal opinions without backing evidence or biases should not be used when reviewing an article.

4. Reviewers should give suggestions and research papers which significant to an article, but authors have not referred to.

5. Reviewers should inform the editor if they suspect that an article under review contains duplicated works of other published articles or any suspected plagiarism.

6. Reviewers must treat any received articles for review as confidential documents and must not share with anyone during the review process

(<https://www.tci-thaijo.org/index.php/JMSNPRU/PublicationEthics>)

ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 2

The administrative skills of school administrators affecting the Standard Operating Procedures (SOPs) of Internal Quality Assurance (IQA) of schools under the office of Ratchaburi Primary Educational Service Area 2

ชนิตา พลายแก้ว*
(Chanita Plaikaew)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา 2) ศึกษาระดับการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา 3) วิเคราะห์ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาราชบุรี เขต 2 จำนวน 302 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วนกระจายตามอำเภอ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยผู้วิจัย มีค่าความตรงด้านเนื้อหาเท่ากับ 0.67 และ 1.00 มีค่าความเที่ยงของแบบสอบถามด้านทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา เท่ากับ 0.96 และด้านประสิทธิผลการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายใน เท่ากับ 0.98 วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับทักษะการบริหารอยู่ในระดับมากทั้งภาพรวมและรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ทักษะด้านความคิดรวบยอด ทักษะด้านการประเมินผล ทักษะด้านเทคนิค ทักษะด้านการเป็นผู้นำ ทักษะด้านการศึกษา ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ และทักษะด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์

2. ระดับประสิทธิผลการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพอยู่ในระดับมาก ทั้งภาพรวมและรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านคุณภาพของผู้เรียน ด้านกระบวนการบริหารและการจัดการ และด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

* วิทยานิพนธ์หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ ดร. นภาเดช บุญเชิดชู และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย

This Master of Education in Educational Administration Faculty of Education Nakhon Pathom Rajabhat University 73000
Corresponding author : kruwaem13@gmail.com

3. ทักษะการบริหาร ได้แก่ ด้านการประเมินผล (X_7) ด้านความคิดรวบยอด (X_4) ด้านการศึกษา (X_6) และด้านเทคนิค (X_2) ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบุรีรัมย์ เขต 2 โดยร่วมกันทำนายได้ร้อยละ 68.80 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.01

โดยสมการวิเคราะห์การถดถอย คือ $\hat{Y}_{tot} = 0.82 + 0.38 (X_7) + 0.14 (X_4) + 0.16 (X_6) + 0.15(X_2)$

คำสำคัญ : ทักษะการบริหาร ผู้บริหารสถานศึกษา มาตรฐานการประกันคุณภาพภายใน

ABSTRACT

This research aimed to: 1) study the level of administrative skills of school administrators; 2) study the level of the Standard Operating Procedures (SOPs) of Internal Quality Assurance (IQA) of schools; and 3) analyze administrative skills of school administrators effecting the Standard Operating Procedures (SOPs) of schools' Internal Quality Assurance (IQA). The research sample was 302 teachers derived by proportional stratified random sampling as distributed by district. The research instrument was a questionnaire constructed by the researcher with the Content Validity Index (CVI) ranged from 0.67 to 1.00. The internal consistency reliability coefficients of the questionnaire were 0.96 for administrative skills of school administrators 0.98 for effectiveness of the Standard Operating Procedures (SOPs) of Internal Quality Assurance (IQA). Data were analyzed with percentage, mean, standard deviation and stepwise multiple regression.

The research results showed that:

1. Overall and in specific aspects, level of the administrative skills was at a high level. These aspects were conceptual skills, evaluative skills, technical skills, leadership skills, educational skills, interpersonal skills, and human resource management skills.

2. Overall and in specific aspects, level of effectiveness of the Standard Operating Procedures (SOPs) of Internal Quality Assurance (IQA) was at a high level. These aspects were quality of learners, administrative and management processes, and teaching and learning management emphasizing on student-centered learning.

3. The administrative skills of school administrators in the aspects of evaluation skills (X_7), conceptual skills (X_4), leadership skills, educational skills (X_6), technical skills (X_2) together predicted effectiveness of the Standard Operating Procedures (SOPs) of Internal Quality Assurance (IQA) at the percentage of 66.80 with statistical significance level of .01.

The regression equation was

$$\hat{Y}_{tot} = 0.82 + 0.38 (X_7) + 0.14 (X_4) + 0.16 (X_6) + 0.15(X_2)$$

Keywords: administrative skills, school administrator, educational quality assurance

Article history:

Received 21 February 2019

Revised 26 March 2019

Accepted 29 March 2019

SIMILARITY INDEX = 1.00 %

1. บทนำ

การศึกษาที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของคนไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จากจุดเน้นและประเด็นพัฒนาหลักของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้มีการกำหนดในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 12 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 2560 :15) เรื่องการเตรียมความพร้อมด้านกำลังคนและการเสริมสร้างศักยภาพของประชากรในทุกช่วงวัย โดยการยกระดับคุณภาพการศึกษาสู่ความเป็นเลิศในทุกระดับและยกระดับการเรียนรู้ เน้นการพัฒนาคุณภาพการศึกษาขั้นพื้นฐาน ปรับระบบการจัดการเรียนการสอน และการพัฒนาคุณภาพครูทั้งระบบ รวมทั้งการยกระดับคุณภาพการศึกษาสู่ความเป็นเลิศในสาขาวิชาที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน นอกจากนี้ต้องให้ความสำคัญกับการสร้างปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตทั้งสื่อการเรียนรู้และแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อให้สามารถพัฒนาการจัดการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ และคุณธรรม สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข

สถานศึกษาจำเป็นต้องผ่านการรับรองว่าสามารถจัดการศึกษาและพัฒนาผู้เรียนให้เกิดคุณภาพ จึงต้องมีการจัดระบบประกันคุณภาพการศึกษาทุกระดับและทุกประเภท การประกันคุณภาพของสถานศึกษาเป็นกลไกที่จำเป็นในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาเพราะเป็นระบบที่มุ่งเน้นให้สถานศึกษาเกิดการพัฒนาไปสู่คุณภาพและมาตรฐานการศึกษา ผู้สำเร็จการศึกษา มีความรู้ ความสามารถเกิดคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามหลักสูตรกำหนด และสังคมต้องการ โดยเฉพาะระบบการประกันคุณภาพภายในให้ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการบริหารการศึกษาที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2546:1)

ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาจึงเป็นสิ่งสำคัญและส่งผลต่อการดำเนินงานด้านการประกันคุณภาพการศึกษา เนื่องจากการดำเนินการภายในสถานศึกษาต้องอาศัยผู้บริหารสถานศึกษา เพื่อก่อให้เกิดการทำงานร่วมกันของบุคคลให้บรรลุเป้าหมาย ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการดำเนินการด้านต่าง ๆ ของสถานศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด โดยอาศัยคุณสมบัติสำคัญอย่างยิ่งคือ การเป็นผู้บริหารที่มีความสามารถในการบริหารงาน ซึ่งเป็นความสามารถของ

ผู้บริหารที่ใช้ความรู้ความสามารถ ความชำนาญ หรือความเชี่ยวชาญในการจูงใจให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องให้ความร่วมมือในการดำเนินงานโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้ทักษะการบริหาร ทักษะถือว่ามีความสำคัญต่อการบริหารงานของผู้บริหารทุกคน เพราะทักษะเป็นความสามารถที่เปลี่ยนความรู้ ความเข้าใจ ให้ออกมาในรูปของการกระทำ ให้กระทำสิ่งนั้นได้อย่างชำนาญ ผู้บริหารสถานศึกษาที่ประสบความสำเร็จ คือผู้ที่สามารถประยุกต์เอาศาสตร์ในด้านการบริหารไปใช้อย่างมีศิลปะ (รัตนา ทองเนื้อแปด, 2556: 1)

เมื่อพิจารณาถึงผลการจัดการศึกษาในปัจจุบัน พบปัญหาด้านคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นพื้นฐาน โดยมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าร้อยละ 50 และผลการประเมินคุณภาพภายนอกรอบสามของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 2 พบว่ามีสถานศึกษาในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานที่ไม่ผ่านการรับรองในการประเมินคุณภาพภายนอกจำนวนทั้งสิ้น 51 โรงเรียน ดังนั้นสถานศึกษาจึงจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาให้สามารถจัดการศึกษาอย่างมีคุณภาพตามมาตรฐานของการประกันคุณภาพภายใน และผ่านการรับรองการจัดการศึกษาอย่างมีคุณภาพตามการประกันคุณภาพภายนอกเมื่อการประเมินคุณภาพของสถานศึกษาต้องการเน้นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพตามบริบทของสถานศึกษา จึงจำเป็นต้องอาศัยผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อก่อให้เกิดการทำงานร่วมกันของบุคคลให้บรรลุเป้าหมาย ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีทักษะซึ่งมีความสามารถในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะการบริหาร หากผู้บริหารมีทักษะทางการบริหารไม่เพียงพอ จะส่งผลกระทบต่อการทำงานให้ประสบผลสำเร็จได้ยาก สอดคล้องกับ มณีรัตน์ คำจำปา (2558: 2) ได้กล่าวว่า การที่ผู้บริหารสามารถบริหารและจัดการสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพได้นั้น ย่อมต้องมีทักษะในการบริหารงาน ผู้บริหารสถานศึกษาที่ประสบความสำเร็จต่างก็มีความรู้ความชำนาญในการใช้ทักษะในการบริหารงานเพื่อเป็นเครื่องมือที่จะผลักดันกิจกรรมต่าง ๆ ให้ดำเนินไปสู่เป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการดำเนินการใด ๆ ภายในสถานศึกษาต้องอาศัยผู้บริหารสถานศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญก่อให้เกิดการทำงานร่วมกันของบุคคลเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย นั่นคือมาตรฐานที่สถานศึกษากำหนดและร่วมรับผิดชอบต่อผลการจัดการศึกษาที่เกิดขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาราชบุรี เขต 2
2. เพื่อศึกษาระดับการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาราชบุรี เขต 2
3. เพื่อวิเคราะห์ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อ การดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 2

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งแบ่งสาระของการทบทวนวรรณกรรมได้ ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทักษะการบริหาร

ยูพา ทองเรือง (2557: 35) ได้สรุปความหมายของทักษะการบริหารไว้ว่า หมายถึงศักยภาพ ความชำนาญ รวมไปถึงความเชี่ยวชาญของแต่ละบุคคลในการดึงเอาทรัพยากรมาใช้ในการดำเนินงาน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลต่อองค์กร

พงษ์ศักดิ์ ขวัญมา (2558:12) ได้สรุปความหมายของทักษะการบริหารไว้ว่า หมายถึง ความชำนาญหรือความเชี่ยวชาญในการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุด คุ่มค่ามากที่สุด และได้ผลตามที่องค์กรนั้นตั้งเป้าหมายไว้

สำเภา เสมศีกสาม (2559: 12) ได้สรุปความหมายของทักษะการบริหารไว้ว่า หมายถึง ความรู้ความสามารถหรือความชำนาญในการบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งเอาไว้

อภิสิทธิ์ จันทร์สีทอง (2559:11) ได้สรุปความหมายของทักษะการบริหารไว้ว่า หมายถึง ความสามารถในการบริหารงาน และกิจกรรมของผู้บริหารตามภารกิจที่ได้รับมอบหมายจากองค์กร อย่างรวดเร็วและถูกต้อง โดยใช้ทรัพยากรบุคคล ทรัพยากรด้านอื่น ๆ ที่มีอยู่โดยผ่านกระบวนการ การบริหารอย่างมีระบบ เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการประกันคุณภาพการศึกษา

สำนักงานทดสอบทางการศึกษา (2542: 2) ได้ให้ความหมายของการประกันคุณภาพการศึกษาไว้ว่า หมายถึงกลไกสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาเพราะเป็นระบบที่สร้างความมั่นใจว่าสถานศึกษาสามารถจัดการศึกษาได้คุณภาพตามมาตรฐานผู้สำเร็จการศึกษามีความรู้ ความสามารถ มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามที่หลักสูตรกำหนดและสังคมต้องการ

ณัฐพัชร์ วงศ์พัฒนาธนเดช (2559: 107) กล่าวว่า การประกันคุณภาพการศึกษาเป็นการบริหาร การจัดการศึกษาของสถานศึกษาที่ได้วางแผนไว้อย่างเป็นระบบเพื่อเป็นหลักประกันต่อผู้ปกครอง ชุมชนและ สังคมว่า การจัดการของสถานศึกษาจะดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อพัฒนาผู้เรียนตามมาตรฐานและ คุณลักษณะที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

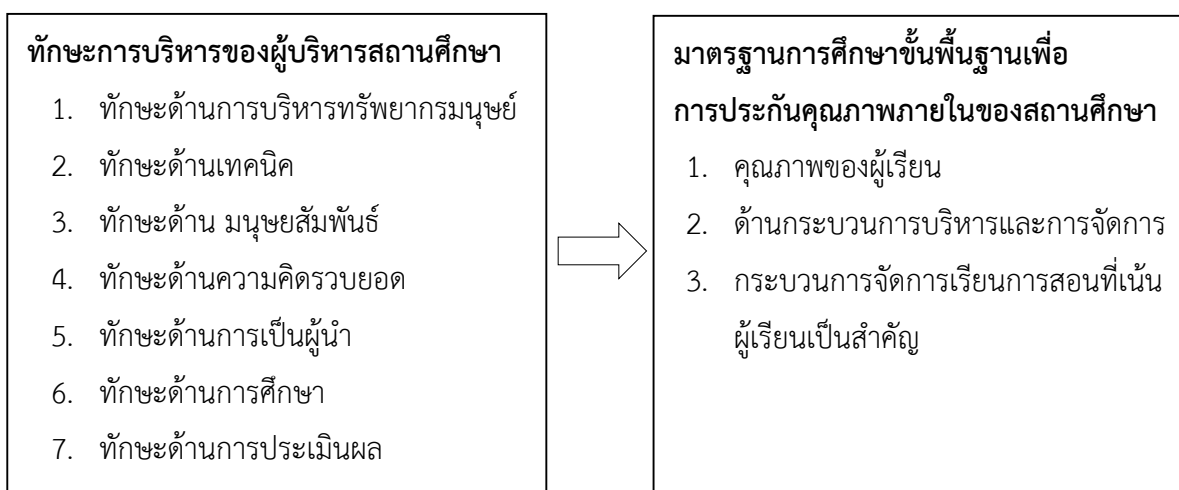
ปรียาภัทร ราชรักษ์ (2559: 45) กล่าวว่า การประกันคุณภาพการศึกษา หมายถึงกระบวนการ บริหารองค์กรทางการศึกษาที่มีแผนและการปฏิบัติอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เกิดความเชื่อมั่นว่าผลผลิตจะได้ ระดับคุณภาพที่ต้องการ โดยมุ่งรักษาและยกระดับคุณภาพการศึกษา

Green (1993: 5) กล่าวว่า การประกันคุณภาพการศึกษาเป็นสิ่งที่แต่ละหน่วยงานต้องแสดงให้เห็นถึงจุดมุ่งหมายและกระบวนการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นว่ากิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นนั้นสามารถดำเนินการเพื่อให้เกิดคุณภาพที่เหมาะสมได้

ดังนั้น ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา หมายถึง ความรู้ ความเชี่ยวชาญ และความชำนาญในการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ราชบุรี เขต 2 ในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า ก่อให้เกิดการทำงานอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพ บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง และได้รับการยอมรับจากคนในองค์กร ตามแนวคิดของ Sergiovanni & Starratt (1983: 135-276) ประกอบด้วย 1) ทักษะด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ 2) ทักษะด้านเทคนิค 3) ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ 4) ทักษะด้านความคิดรวบยอด 5) ทักษะด้านการเป็นผู้นำ 6) ทักษะด้านการศึกษา 7) ทักษะด้านการประเมินผล

การสร้างความเชื่อมั่นว่าองค์กรสามารถดำเนินงานอย่างมีคุณภาพ จำเป็นต้องมีการประกันคุณภาพการทำงานภายในขององค์กร ซึ่งการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา คือ การที่บุคลากรในสถานศึกษาร่วมกันควบคุม ติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผล โดยมีการวางแผนและจัดการพัฒนาคุณภาพการศึกษาให้เป็นไปตามมาตรฐานที่ตั้งไว้ ทั้งทางด้านความรู้ และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามหลักสูตร สร้างผลผลิตทางการศึกษาที่สอดคล้องกับความต้องการของสังคม โดยยึดมาตรฐานที่เป็นมิติเดียวกัน เพื่อให้เกิดการยอมรับและสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องว่าการจัดการเรียนการสอนในสถานศึกษามีคุณภาพ โดยใช้มาตรฐานการศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง ให้ใช้มาตรฐานการศึกษา ระดับปฐมวัย ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน และระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานศูนย์การศึกษาพิเศษ (2561: 2) ได้แก่ 1 ด้านคุณภาพของผู้เรียน 2 ด้านกระบวนการบริหารและการจัดการ และ 3 ด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

จากการทบทวนวรรณกรรมและการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ ครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 2 ปีการศึกษา 2561 จำนวน 1,391

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 2 ปีการศึกษา 2561 ซึ่งได้จากตารางกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตัวอย่าง ของ Krejcie and Morgan (1970: 607-610 อ้างถึงใน จิตติรัตน์ แสงเลิศอูทัย, 2557: 124) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วน (proportional stratified random sampling) กระจายตามที่ตั้งสถานศึกษา 4 อำเภอ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 302 คนโดยนำมาเทียบบัญญัติไตรยางค์ แล้วกระจายจำนวนผู้ให้ข้อมูลจำแนกตามที่ตั้งสถานศึกษาสามารถแสดงดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ที่ตั้งสถานศึกษา	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
	ครู	ครู
1. อำเภอบ้านโป่ง	443	96
2. อำเภอโพธาราม	471	102
3. อำเภอดำเนินสะดวก	299	65
4. อำเภอบางแพ	178	39
รวม	1,391	302

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง มี 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 สอบถามระดับทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา จำแนกตามตัวแปรตามองค์ประกอบ 7 องค์ประกอบ ตอนที่ 3 สอบถามระดับของการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา จำแนกตามตัวแปรตามองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ

3.3 การใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผล โดยใช้วิธีในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ การวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้ค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) การวิเคราะห์ระดับทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา และการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา โดยใช้การหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหาร และการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Pearson และการวิเคราะห์ทักษะการบริหารของผู้บริหาร

สถานศึกษา ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2 โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

4. ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 83.40) มีอายุน้อยกว่า 35 ปี (ร้อยละ 34.80) มีวุฒิการศึกษาสูงสุดในระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 71.50) มีประสบการณ์ทำงานในสถานศึกษา 16 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 36.80) และที่ตั้งสถานศึกษาส่วนมากอยู่ในอำเภอโพธาราม (ร้อยละ 33.80)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาราชบุรี เขต 2

ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาราชบุรี เขต 2 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทักษะการบริหารของผู้บริหารอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดย ทักษะด้านความคิดรวบยอดอยู่ในลำดับสูงที่สุด รองลงมาได้แก่ ทักษะด้านการประเมินผล ทักษะด้านเทคนิค ทักษะด้านการเป็นผู้นำ ทักษะด้านการศึกษา ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ และทักษะด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปทุมธานี เขต 2

ประสิทธิผลการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปทุมธานี เขต 2 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าการปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดย ด้านคุณภาพของผู้เรียน อยู่ในลำดับสูงที่สุดรองลงมา ได้แก่ ด้านกระบวนการบริหารและการจัดการ และด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาปทุมธานี เขต 2

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 2

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	ทักษะด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (X_1)	ทักษะด้านเทคนิค (X_2)	ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (X_3)	ทักษะด้านความคิดรวบยอด (X_4)	ทักษะด้านการเป็นผู้นำ (X_5)	ทักษะด้านการศึกษา (X_6)	ทักษะด้านการประเมินผล (X_7)	การดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายใน (Y_{tot})
ทักษะด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (X_1)	1.00							
ทักษะด้านเทคนิค (X_2)	0.76**	1.00						
ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (X_3)	0.59**	0.76**	1.00					
ทักษะด้านความคิดรวบยอด (X_4)	0.58**	0.75**	0.82**	1.00				
ทักษะด้านการเป็นผู้นำ (X_5)	0.58**	0.66**	0.72**	0.73**	1.00			
ทักษะด้านการศึกษา (X_6)	0.62**	0.70**	0.70**	0.73**	0.75**	1.00		
ทักษะด้านการประเมินผล (X_7)	0.57**	0.67**	0.70**	0.73**	0.79**	0.80**	1.00	
การดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายใน (Y_{tot})	0.57*	0.68*	0.67**	0.72**	0.71**	0.74**	0.79**	1.00

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิจัยพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางถึงระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้พบขนาดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่มีค่าสูงกว่า 0.80 จึงตรวจสอบภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (multicollinearity) ผลการวิเคราะห์ไม่พบตัวแปรที่มีค่า Tolerance ต่ำกว่า 0.10 หรือมีค่า VIF มากกว่า 10 ผู้วิจัยนำตัวแปรที่สังเกตได้ทุกตัวไปใช้ในวิเคราะห์ข้อมูลโดยอนุมูลว่าตัวแปรทุกตัวไม่ฝ่าฝืน ข้อตกลงเบื้องต้นของสถิติเกี่ยวกับภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน, 2558: 290) และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษากับการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา พบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางถึงระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง 0.57 - 0.79

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาราชบุรี เขต 2

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
Regression	4	56.90	14.23	164.02*	.00
Residual	297	25.76	0.09		
Total	301	82.66			

ตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกเข้าสมการ	b	Beta	SE _b	t	Sig.
ค่าคงที่	0.82		0.14	5.89*	.00
ด้านการประเมินผล (X ₇)	0.38	0.43	0.05	7.34*	.00
ด้านความคิดรวบยอด (X ₄)	0.14	0.16	0.05	2.77*	.01
ด้านการศึกษา (X ₆)	0.16	0.18	0.05	3.10*	.00
ด้านเทคนิค (X ₂)	0.15	0.15	0.05	2.87*	.00

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

R = 0.830 R² = 0.688 SEE. = 0.295

ผลการวิจัยพบว่า ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งได้แก่ ด้านการประเมินผล (X₇) ด้านความคิดรวบยอด (X₄) ด้านการศึกษา (X₆) และด้านเทคนิค (X₂) เป็นตัวแปรซึ่งได้รับการคัดเลือกเข้าสมการและสามารถอธิบายความผันแปรของทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 2 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยค่าประสิทธิภาพในการทำนาย (R²) เท่ากับ 0.688 ซึ่งแสดงว่า ทักษะด้านการประเมินผล ด้านความคิดรวบยอด ด้านการศึกษา และด้านเทคนิค ส่งผลต่อการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา ได้ร้อยละ 68.80 และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้ สมการวิเคราะห์การถดถอยในรูปของคะแนนดิบ คือ $\hat{Y}_{tot} = 0.82 + 0.38 (X_7) + 0.14 (X_4) + 0.16 (X_6) + 0.15(X_2)$

สมการวิเคราะห์การถดถอยในรูปของคะแนนมาตรฐาน คือ $\hat{Z}_{tot} = 0.43 (Z_7) + 0.16 (Z_4) + 0.18 (Z_6) + 0.15 (Z_2)$

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป อภิปรายผล

1. จากผลการวิจัย พบว่า ระดับทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 2 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทักษะการบริหารของผู้บริหารอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยทักษะด้านความคิดรวบยอด อยู่ในลำดับสูงที่สุด รองลงมาคือ ทักษะด้านการประเมินผล ทักษะด้านเทคนิค ทักษะด้านการเป็นผู้นำ ทักษะด้านการศึกษา ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ และทักษะด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับคาวี เจริญจิตต์ (2557: 71) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารวิชาการ

ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระยอง พบว่า ทักษะการบริหารด้านความคิดรวบยอด ส่งผลต่อการบริหารตามแนวคิดโดยใช้โรงเรียนเป็นฐานของผู้บริหารสถานศึกษาด้านวิชาการ โดยได้ให้ความหมายของการบริหารวิชาการว่า หมายถึงกระบวนการในการดำเนินการบริหารกิจกรรมทุกชนิดภายในสถานศึกษาเพื่อให้นักเรียนเป็นคนเก่ง คนดี มีความรู้ความสามารถ และให้บรรลุจุดมุ่งหมายของหลักสูตร ซึ่งมีความสัมพันธ์กับมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในด้านคุณภาพผู้เรียนและด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ สอดคล้องกับ สืบสกุล นรินทรางกูร ณ อยุธยา (2558: 214) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทักษะด้านบุคคลของผู้บริหารโรงเรียน พบว่า บทบาทของผู้บริหารโรงเรียนคือ การสนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ปฏิบัติงานใช้ศักยภาพอย่างเต็มที่ ผู้บริหารจึงจำเป็นต้องใช้ทักษะเพื่อทำความเข้าใจและดึงศักยภาพผู้ปฏิบัติงานออกมาอย่างดีที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ปัทมา โสภิตชาติ (2558: 93-94) ได้ศึกษาเรื่องทักษะผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9 พบว่า ทักษะผู้บริหารโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อยดังนี้ ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ ทักษะด้านความคิดรวบยอด ทักษะด้านการศึกษา ทักษะด้านเทคนิค และทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ ตามลำดับ ทั้งนี้เป็นเพราะทักษะผู้บริหารมีความจำเป็นสำหรับการบริหารงานในสถานศึกษา โดยต้องมีพื้นฐานทางความรู้ความสามารถในการทำงานต่าง ๆ อย่างชำนาญ ถูกต้อง และว่องไว ซึ่งในปัจจุบันผู้บริหารมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ทั้งการศึกษาในระดับที่สูงขึ้น การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม ซึ่งล้วนส่งผลต่อการพัฒนาทักษะการบริหาร

2. จากผลการวิจัยพบว่า ระดับประสิทธิผลการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 2 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านคุณภาพของผู้เรียน อยู่ในลำดับสูงสุด รองลงมา คือ ด้านกระบวนการบริหารและการจัดการ และด้านกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ตามลำดับ สอดคล้องกับรัตนา แก้วจันทร์เพชร (2558: 175) ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการดำเนินการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 1 พบว่าการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษามีการดำเนินงานตามแนวทางที่ระบุไว้ในกฎกระทรวง ว่าด้วยหลักเกณฑ์วิธีการประกันคุณภาพการศึกษา 2553 หรือตามประกาศคณะกรรมการการประกันคุณภาพภายในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2554 ว่าให้หน่วยงานต้นสังกัดและสถานศึกษาดำเนินการให้ผู้เกี่ยวข้องมีความรู้ความเข้าใจและปฏิบัติตามหลักการของการประกันคุณภาพอย่างชัดเจน สอดคล้องกับนวลฉวี ทานุกรม (2558: 168) ได้ศึกษาเรื่อง การดำเนินงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต 2 พบว่าสภาพการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาอยู่ในระดับมาก เนื่องจากมีการจัดระบบบริหารและระบบสารสนเทศ มีการจัดโครงสร้างที่เอื้อต่อการพัฒนา ส่วนของระบบการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา มีการแต่งตั้งคณะกรรมการผู้รับผิดชอบอย่างชัดเจน มีการจัดระบบสารสนเทศเป็นหมวดหมู่ครอบคลุม เป็นปัจจุบัน มีการนำข้อมูลสารสนเทศไปใช้ประโยชน์ในการบริหารและการพัฒนาการเรียนการสอน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของอังคณา พิมพ์ดี (2559: 118) ได้ศึกษาเรื่อง การปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาล

ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการดำเนินงานการประกันคุณภาพภายในของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม พบว่า การดำเนินงานการประกันคุณภาพภายในโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การจัดระบบบริหารและสารสนเทศอยู่ในระดับสูงที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านจัดทำรายงานคุณภาพการศึกษาประจำปี ด้านการจัดทำแผนพัฒนาคุณภาพการศึกษา ด้านการดำเนินงานตามแผนพัฒนาคุณภาพการศึกษา และด้านการประเมินคุณภาพการศึกษาตามลำดับ

3. จากผลการวิจัยพบว่า ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาราชบุรี เขต 2 เรียงตามลำดับอิทธิพลจากมากไปหาน้อยดังนี้ ทักษะด้านการประเมินผล ทักษะด้านความคิดรวบยอด ทักษะด้านการศึกษา และทักษะด้านเทคนิค เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาราชบุรี เขต 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสามารถร่วมทำนายประสิทธิภาพการดำเนินงานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาราชบุรี เขต 2 ได้ร้อยละ 68.80 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฐะปะนีย์ สระทองพรม (2556: 173) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะการบริหารที่ส่งผลต่อการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครปฐม เขต 1 พบว่า ทักษะด้านการศึกษาและการสอน และทักษะด้านความคิดรวบยอด ส่งผลต่อการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา เนื่องจากผู้บริหารจำเป็นต้องมีทักษะด้านการศึกษาและการสอน เป็นพื้นฐานในการบริหารการจัดการศึกษา และต้องมีทักษะด้านความคิดรวบยอด เป็นส่วนสำคัญในการกำหนดเป้าหมายของการจัดการศึกษา เพื่อให้การจัดการศึกษาได้มาตรฐานตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา สอดคล้องกับวิวัฒน์ บุญยง (2557: 112) ได้ศึกษาเกี่ยวกับทักษะการบริหารของผู้บริหาร พบว่าทักษะด้านเทคนิคเป็นความสามารถในกิจกรรมเฉพาะอย่างของผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งผู้บริหารจำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจในลักษณะงานต่าง ๆ เพื่อให้การทำงานในสถานศึกษาเกิดประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ อุไรวรรณ รักยิ้ม (2558: 115-119) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารกับการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา กาญจนบุรี เขต 1 พบว่าตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ด้านการศึกษาและการสอน เนื่องจากผู้บริหารมีการส่งเสริมให้ครูจัดกระบวนการเรียนรู้ที่ยืดหยุ่น เป็นสำคัญ และส่งเสริมให้ครูพัฒนาการใช้สื่อ เทคโนโลยีรวมไปถึงนวัตกรรมเพื่อให้การจัดการเรียนรู้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ด้านมนุษยสัมพันธ์ โดยการสนับสนุนให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เพื่อสร้างบรรยากาศความเป็นกันเอง ด้านเทคนิค มีวิธีการและหลักเกณฑ์ในการควบคุมดูแล กำกับ ติดตาม การจัดการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพ และด้านความคิดรวบยอด คือมีการวางแผนพัฒนาการศึกษาของสถานศึกษาได้อย่างครอบคลุมครบถ้วนทุกด้าน

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. ผู้บริหารสถานศึกษาควรส่งเสริมการประเมินผลการทำงานของบุคลากรในสถานศึกษาตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ มีการใช้เครื่องมือการประเมินผลที่หลากหลาย สอดคล้องกับเป้าหมายและสิ่งที่ต้องการประเมิน มีการให้ข้อมูลย้อนกลับเพื่อเป็นข้อมูลให้ผู้ได้รับการประเมินพัฒนาตนเองต่อไป
2. ผู้บริหารสถานศึกษาควรใช้ทักษะด้านความคิดรวบยอด โดยการทำความเข้าใจภาพรวมของระบบโครงสร้างงานภายในสถานศึกษา เพื่อนำสถานศึกษาไปสู่เป้าหมายที่วางไว้
3. ผู้บริหารสถานศึกษาควรส่งเสริมทักษะด้านการศึกษา โดยการเป็นวิทยากรให้ความรู้แก่บุคลากรในสถานศึกษาในการพัฒนากระบวนการจัดการศึกษาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน
4. สถานศึกษาควรจัดสรรทรัพยากรและใช้เครื่องมือในการบริหารสถานศึกษาให้เกิดประโยชน์สูงสุด และปรับปรุงระบบการทำงานเพื่อเพิ่มศักยภาพการบริหารงานของสถานศึกษา

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษารูปแบบการพัฒนาทักษะของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการบริหารสถานศึกษาให้เกิดประสิทธิผลทั้งในด้านการบริหารจัดการสถานศึกษา หรือการพัฒนาสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในด้านต่าง ๆ
2. ควรศึกษาปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการประกันคุณภาพการศึกษา เช่น การพัฒนาและส่งเสริมการทำงานของบุคลากรในสถานศึกษา การพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนการสอน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2561). กฎกระทรวงว่าด้วยการประกันคุณภาพการศึกษา พ.ศ. 2561. ราชกิจจานุเบกษา (เล่ม 135). ตอนที่ 11 ก หน้า 3-5 (20 กุมภาพันธ์)
- คาวี เจริญจิตต์. (2557). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารวิชาการของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาระยอง. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย. (2557). วิธีวิทยาการวิจัยทางการศึกษา. นครปฐม: คณะครุศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- ฐะปะนีย์ สระทองพรม. (2556). ทักษะการบริหารของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครปฐม เขต 1. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐพัชร์ วงศ์พัฒนาธนเดช. (2559). การพัฒนารูปแบบการประกันคุณภาพการศึกษาภายในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานโดยใช้กระบวนการจัดการความรู้. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

- ทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน. (2558). การประยุกต์ใช้ SPSS วิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัย (พิมพ์ครั้งที่7). มหาสารคาม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- นวลฉวี ทานุกรม. (2558). การดำเนินงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต 2. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ปรียาภรณ์ ราชรักษ์. (2559). สมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครปฐม เขต 1. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- ปัทมา โสภิตชาติ. (2558). ทักษะผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พงษ์ศักดิ์ ขวัญมา. (2558). ทักษะการบริหารที่ส่งผลต่อการบริหารตามแนวคิดโดยใช้โรงเรียนเป็นฐานของ ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 8 จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- มณีรัตน์ คำจำปา. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารงานใน สถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาร้อยเอ็ด เขต2. วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
- ยุพา ทองเรือง. (2557). การศึกษาทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา อำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 2. วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- รัตนา แก้วจันทร์เพชร. (2558). แนวทางพัฒนาการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาของ โรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาตาก เขต 1. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- รัตนา ทองเนื้อแปด. (2556). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะผู้นำกับทักษะการบริหารงานของ ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต2. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- วิวัฒน์ บุญยง. (2557). ทักษะทางการบริหารของผู้บริหารที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมองค์กรของโรงเรียน มัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร การศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2546). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545. กรุงเทพฯ
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ.2560-2564. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สำนักงาน
- สำนักงานทดสอบทางการศึกษา. (2542). การประกันคุณภาพของสถานศึกษา. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์คุรุสภา.
- สำเภา เสมศีกสาม. (2559). ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิผลศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- สืบสกุล นรินทรางกูร ณ อยุธยา. (2558). การพัฒนาสถานการณัจำลองเพื่อการประเมินสมรรถนะและทักษะด้านบุคคลของผู้บริหารโรงเรียน. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อภินันท์ จันทรศรีทอง. (2559). การศึกษาทักษะการบริหารของผู้บริหารศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในจังหวัดระยอง จันทบุรี และตราด. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- อังคณา พิมพ์ดี. (2559). การปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามระบบประกันคุณภาพภายในของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- อุไรวรรณ รักยิ้ม. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างทักษะการบริหารกับการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1. การค้นคว้าอิสระครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.
- Green, D. (1993). Quality assurance in Western Europe: TRENDS, PRACTICES AND ISSUES. *Quality Assurance in Education (QAE)*, 1 (3), 4-14.
- Starratt, R. & Sergiovanni, T. J. (1983). *Supervision: Human perspectives*. New York: McGraw-Hill Education.

การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสุขภาพองค์การ
ของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2
The administration in accordance with the principles of good governance
of school administrators affecting organizational health of schools
under Suphanburi Primary Educational Service Area Office 2

สุดาวลัย ศรีเพชร*
(Sudawan Sriphet)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับของการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษา 2) ศึกษาระดับของสุขภาพองค์การของโรงเรียน 3) วิเคราะห์การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารที่ส่งผลต่อสุขภาพองค์การของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูในสถานศึกษาขยายโอกาสของรัฐ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2 จำนวน 205 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยผู้วิจัย มีค่าความตรงด้านเนื้อหา 0.67 และ 1.00 มีค่าความเที่ยงของแบบสอบถามการบริหารตามหลักธรรมาภิบาล เท่ากับ 0.93 และสุขภาพองค์การของโรงเรียน เท่ากับ 0.95 วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2 ทั้งภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ ค่านิยมประชาธิปไตย ความรับผิดชอบทางการบริหาร การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ และประชาวิสัย
2. ระดับสุขภาพองค์การของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2 ทั้งภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ การมุ่งเน้นวิชาการ การอยู่ร่วมกันของครู การสนับสนุนทรัพยากร อำนาจอิทธิพลของผู้บริหาร ความเข้มแข็งขององค์การ และความเป็นผู้นำของผู้บริหาร

* วิทยานิพนธ์หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ ดร. นภาพุฒิชัย บุญเชิดชู และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย

This Master of Education in Educational Administration Faculty of Education Nakhon Pathom Rajabhat University 73000

Corresponding author: Taewann.sp@gmail.com

3. การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารส่งผลต่อสุขภาพองค์การของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2 เรียงลำดับอิทธิพลจากมากไปน้อยดังนี้ ความรับผิดชอบทางการบริหาร ค่านิยมประชาธิปไตย การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ และประชาธิปไตยเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อสุขภาพองค์การโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรีเขต 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

$$\text{สมการวิเคราะห์การถดถอย คือ } \hat{Y}_{\text{tot}} = 1.15 + 0.24(X_4) + 0.25(X_2) + 0.17(X_1) + 0.09(X_3)$$

คำสำคัญ : ธรรมาภิบาล สุขภาพองค์การ โรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา

ABSTRACT

The purposes of this research to: 1) study the level of school administration according to good governance of administrator; 2) study the level of organizational health, and 3) analysis school administration according to good governance affecting organizational health of opportunity expansion schools under Suphanburi Primary Educational Service Area Office 2. The research samples were 205 teachers of opportunity expansion schools under Suphanburi Primary Educational Service Area Office 2. The research instrument was a questionnaire constructed by the researcher with IOC content 0.67 and 1.00. The internal consistency reliability coefficients of the questionnaire: administration according to good governance was 0.93 and organizational health was 0.95. Data were analyzed with percentage, mean, standard deviation and stepwise multiple regression.

The research found that 1. Overall and in specific aspects, the administration according to good governance of administrator was at a high level. They were, ranked from the highest to the lowest, democratic value, administrative responsibility, new public management, and participatory state. 2. Overall and in specific aspects, the organizational health was at a high level. They were, ranked from the highest to the lowest, academic emphasis, teacher affiliation, resource support, principal influence, institutional integrity, and collegial leadership. 3. The administration according to good governance of administrator in the aspects of administrative responsibility (x_4), democratic value (x_2), new public management(x_1), participatory state(x_3), together organizational health of school (Y_{tot}), at percentage of 64.70 with statistical significance at .05. The regression equation was

$$\hat{Y}_{\text{tot}} = 1.15 + 0.24 (X_4) + 0.25 (X_2) + 0.17 (X_1) + 0.09 (X_3)$$

Keywords: good governance, organizational health, opportunity expansion schools

Article history:

Received 21 February 2019

Revised 27 March 2019

Accepted 29 March 2019

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. บทนำ

ในช่วงปัจจุบันสภาวะการณ์ของโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งในภาคธุรกิจการบริการ และ การศึกษา เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ที่เข้ามามีบทบาทขับเคลื่อนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพ การแข่งขันให้สะดวก รวดเร็ว ถูกต้องและแม่นยำมากขึ้น ดังนั้นองค์การทางการศึกษาของไทยในฐานะที่เป็นผู้สร้างบุคลากรคุณภาพสู่สังคม จึงจำเป็นจะต้องมีการพัฒนาการศึกษาที่สร้างบุคลากรให้ตอบสนองกับความต้องการขององค์การภายนอก ดังจะเห็นได้จากพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545 และ (ฉบับที่ 3) ที่ได้กล่าวถึงการจัดการศึกษาที่ต้องพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทางร่างกาย จิตใจ และสติปัญญาควบคู่ไปกับการมีคุณธรรม จริยธรรมในการดำรงชีวิต และอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้ (พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 แก้ไขเพิ่มเติม(ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545 และ (ฉบับที่ 3), 2545: 5) ซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาของการพัฒนาประเทศ โดย มุ่งความสำคัญไปที่การสร้างคนคุณภาพขึ้น

สังคมในปัจจุบันเป็นสังคมองค์การ จำเป็นต้องมีเครื่องมือที่ใช้แก้ปัญหาและข้อจำกัดของมนุษย์ การจัดการระบบองค์การให้ทำงานได้มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลนั้น องค์การต้องมีการดำเนินการที่ดี ใส่ใจในกระบวนการบริหารเพื่อทำให้โรงเรียนบรรลุวัตถุประสงค์มีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลสูงสุด มีความสามารถในการปรับตัวท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกได้ดี องค์การที่มีประสิทธิผลดีขึ้นกับสุขภาพองค์การ และองค์การสุขภาพดีขึ้นขึ้นกับบรรยากาศที่เอื้อต่อการทำงานเป็นตัวชี้วัดในองค์การ ที่ต้องอาศัยความร่วมมือของบุคลากร ในองค์การในการแก้ปัญหาและพัฒนาองค์การให้อยู่อย่างยั่งยืน (ชุดินันท์ แดงก่า, 2556: 16) ถ้าโรงเรียนได้รับการดูแลให้มีสุขภาพองค์การที่ดี จะทำให้เกิดความร่วมมือกันทำงานให้เกิดประสิทธิผลที่ดีบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลมีความสำคัญในการขับเคลื่อนองค์การให้ประสบผลสำเร็จ และบรรลุเป้าหมายขององค์การ ธรรมาภิบาลเป็นวัฒนธรรมองค์การในการทำงานที่ถูกต้องและเป็นธรรม เกิดความโปร่งใสและเท่าเทียม โดยเน้นการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่มุ่ง การทำงานที่มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลกับองค์การทางการศึกษา ซึ่งกระบวนการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลนี้เอง ทำให้ครูเกิดความร่วมมือที่ดีในการทำงาน ทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เพื่อขับเคลื่อนองค์การให้บรรลุตามเป้าหมายในระบบราชการ หรือองค์การเอกชนอื่น แม้กระทั่งโรงเรียนต่างมีต้องการ

พัฒนาองค์การให้มีกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผล โดยมีการมุ่งเน้นไปที่การให้ความสำคัญของการพัฒนาครู บุคลากรและระบบการบริหาร สุขภาพองค์การ เพื่อให้องค์การบรรลุเป้าหมายดังนั้นในการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลก็เป็นส่วนสำคัญในการสร้างความน่าเชื่อถือ และไว้วางใจจากหน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อให้เกิดความมั่นคงขององค์การท่ามกลางกระแสสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง (อริจิต อารพวงษ์, 2559: 21) อีกทั้งหลักธรรมาภิบาลยังก่อให้เกิดสุขภาพองค์การที่ดี องค์การที่เข้มแข็ง ปฏิบัติงานอย่างมีความสุข นำไปสู่ประสิทธิผลที่ดีขององค์การ ดังเห็นได้จากจุดเน้น ที่เน้นการสร้างให้ครูมีขวัญกำลังใจในการทำงาน การมีส่วนร่วม มุ่งพัฒนาแก้ไขปัญหาร่วมกันระหว่างครูและผู้บริหาร กระจายอำนาจแบ่งงานตามความสามารถ และส่งเสริมความรับผิดชอบ เพื่อให้การทำงานร่วมกันให้บรรลุภารกิจไปด้วยดี เกิดสุขภาพองค์การที่ดี จนในที่สุดก่อให้เกิดประสิทธิผลในโรงเรียน

ในปัจจุบันในส่วนของกระบวนการทำงานภายในโรงเรียน ยังไม่ตอบโจทย์เกี่ยวกับการพัฒนาองค์การ ครูมีภาระงานด้านเอกสารมาก มีเวลาในการจัดการเรียนการสอนน้อยลง การเปลี่ยนแปลงระบบการจัดการข้อมูลใหม่ ๆ มีการโยกย้ายตำแหน่งหรือเกิดการเปลี่ยนแปลง ทำให้การทำงานล่าช้าและขาดคุณภาพ อีกทั้งผู้บริหารขาดประสบการณ์ ทำให้้องค์การขาดความน่าเชื่อถือ เกิดการเปลี่ยนแปลงสุขภาพองค์การและการร่วมกันของสมาชิกภายในองค์การ ทางสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรีเขต 2 มีสถานศึกษาในความรับผิดชอบจำนวน 134 แห่ง มีภารกิจสำคัญในการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพโดยการส่งเสริม สนับสนุนสถานศึกษา โดยทำงานโดยยึดหลักบริหารสถานศึกษาตามหลักธรรมาภิบาล โดยประกาศนโยบายการสร้างคุณธรรมและความโปร่งใสในการดำเนินงานเขตสุจริตว่า สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรีเขต 2 บริหารงานโดยยึดหลักธรรมาภิบาลตั้งมั่นบนพื้นฐาน ความเที่ยงธรรม สุจริต โปร่งใส ตรวจสอบได้ ใส่ใจการมีส่วนร่วม (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรีเขต 2, 2561) ซึ่งพันธกิจในการจัดการศึกษาเหล่านี้ ซึ่งต้องมีกระบวนการบริหารที่ดีเพื่อพัฒนาโรงเรียน ครู และนักเรียนให้มีคุณภาพ โดยเฉพาะการบริหารที่ดี การให้ความสำคัญกับสุขภาพองค์การจึงมีความสำคัญที่จะต้องสร้างให้เกิดในโรงเรียน เพื่อมุ่งพัฒนาแก้ไขปัญหาร่วมกันระหว่างครูและผู้บริหาร กระจายอำนาจแบ่งงานตามความสามารถ และส่งเสริมความรับผิดชอบ เพื่อให้การทำงานร่วมกันให้บรรลุภารกิจไปด้วยดี เกิดสุขภาพองค์การที่ดี จนในที่สุดก่อให้เกิดประสิทธิผลในโรงเรียน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2
2. เพื่อศึกษาระดับของสุขภาพองค์การของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2
3. เพื่อวิเคราะห์การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อสุขภาพองค์การของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งจะแบ่งสาระของการทบทวนวรรณกรรมได้ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารตามหลักธรรมาภิบาล

เอกชัย กีสุขพันธ์ (2553: 28) ได้สรุปความหมายว่า การบริหารตามหลักธรรมาภิบาล หมายถึง การนำวิธีการที่ดีที่นำมาใช้ในการบริหารจัดการองค์การหรือประเทศให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีคุณธรรม โปร่งใส ยุติธรรมและตรวจสอบได้และมีประสิทธิภาพในการแก้ปัญหาของสังคม นำมาซึ่งความเจริญในด้านต่าง ๆ เพื่ออำนวยประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ เนื่องจากธรรมาภิบาลครอบคลุมถึงทุก ๆ ด้านของกระบวนการปฏิบัติทางสังคม ทั้งในด้านการเมือง การบริหารราชการแผ่นดิน การดำเนินการทางธุรกิจ ระบบการศึกษา รวมทั้งภาคประชาชนและ ประชาสังคม คำจำกัดความและเนื้อหาสาระของธรรมาภิบาล จึงมีความแตกต่างกันออกไปในแต่ละองค์การและสถาบัน

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2555: 15) ได้ให้ความหมายว่า การบริหารตามหลักธรรมาภิบาล หมายถึง การปกครอง การบริหาร การจัดการ การควบคุม กิจการต่าง ๆ ให้เป็นไปในครรลองธรรม นอกจากนี้ ยังหมายถึงการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งสามารถนำไปใช้ได้ทั้งภาครัฐและเอกชน ธรรมที่ใช้ในการบริหารงานนี้มีความหมายอย่างกว้าง กล่าวคือ หาได้มีความหมายเพียงหลักธรรมทางศาสนาเท่านั้น แต่รวมถึงศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรมและความถูกต้องชอบธรรมทั้งปวง ซึ่งวิญญูชนพึงมีและพึงปฏิบัติ อาทิ ความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และปราศจากการแทรกแซงจากองค์กรภายนอก เป็นต้น

ดารินทร์ สงมะเร็ง (2559: 36) ได้สรุปว่า การบริหารหลักธรรมาภิบาล หมายถึง การดำเนินงานและแนวทางในการจัดระเบียบโรงเรียน เพื่อให้มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน สร้างภูมิคุ้มกัน สามารถบรรลุผลได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยเน้นการบริหารจัดการที่ดีอย่างต่อเนื่องด้วยความโปร่งใส ความเป็นธรรม และการมีส่วนร่วม

วิไลรัตน์ ฝ่ายดี (2559: 23) ได้กล่าวว่า การบริหารตามหลักธรรมาภิบาล หมายถึง หลักการบริหารจัดการที่ยึดหลักความรับผิดชอบ หลักการกระจายอำนาจ หลักการมีส่วนร่วม หลักประสิทธิภาพ หลักความโปร่งใส หลักประสิทธิผล หลักการตอบสนอง หรือความเสมอภาค หลักคุณธรรม และหลักนิติธรรม อันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนได้ในอนาคต

อธิจิต อภรพงษ์ (2559: 20) ได้สรุปว่า การบริหารตามหลักธรรมาภิบาล หมายถึง การบริหารจัดการทรัพยากรทางเศรษฐกิจและสังคมเพื่อการพัฒนาประเทศโดยมีการเชื่อมโยงองค์ประกอบ 3 ส่วนเข้าด้วยกันคือ ภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาสังคม และมีการสนับสนุนซึ่งกันและกันอย่างสร้างสรรค์ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจสังคมและการเมือง อย่างสมดุลซึ่งส่งผลให้สังคมอยู่ร่วมกันอย่างสันติ อีกทั้งมีการใช้อำนาจในการบริหารแผ่นดินที่มีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ มีความโปร่งใส ยุติธรรมและตรวจสอบได้ ซึ่งจะส่งผลถึงการพัฒนาประเทศชาติให้มั่นคง มีเสถียรภาพ

อังคณา พิมพ์ดี (2559: 15) ได้กล่าวว่า การบริหารตามหลักธรรมาภิบาล คือการบริหารจัดการทรัพยากรทางเศรษฐกิจและสังคมเพื่อการพัฒนาประเทศโดยมีการเชื่อมโยงองค์ประกอบ 3 ส่วนของสังคมเข้า

ด้วยกันคือภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ให้มีการสนับสนุนซึ่งกันและกันอย่างสร้างสรรค์ทำให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจสังคมและการเมืองอย่างสมดุลซึ่งจะส่งผลให้สังคมดำรงอยู่ร่วมกันอย่างสันติตลอดจนมีการใช้อำนาจในการบริหารราชการแผ่นดินให้มีความแข็งแกร่ง มีประสิทธิภาพมีคุณภาพมีความโปร่งใสยุติธรรมและสามารถตรวจสอบได้ ซึ่งจะส่งผลให้การพัฒนาประเทศชาติเป็นไปอย่างมั่นคงยั่งยืนและมีเสถียรภาพ

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสุขภาพองค์การ

ชุตินันท์ แต่งกำ (2556: 16) ได้สรุปว่าสุขภาพองค์การ หมายถึง สภาพหรือภาวะแห่งความสมบูรณ์ขององค์การที่สามารถดำเนินกิจการอยู่ได้อย่างมั่นคง มีความพร้อมที่จะปฏิบัติงานตามภารกิจ และความรับผิดชอบต่อของสถานศึกษา มีศักยภาพในการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม และสามารถจัดการกับปัญหาต่าง ๆ ที่มาคุกคามได้อย่างมีประสิทธิภาพ สมาชิกในองค์การปฏิบัติงานได้อย่างมีความสุขและมีประสิทธิผล

ลาวัญญ์ เพิ่มสุขรุ่งเรือง (2559: 56) ได้กล่าวว่า สุขภาพองค์การ หมายถึง การที่องค์การสามารถดำเนินงานของกิจการให้มีความก้าวหน้าและมั่นคง มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เมื่อเกิดปัญหาในองค์การสามารถแก้ปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการบริหารภายในที่ราบรื่น ไม่ตึงเครียด ผู้บริหารเข้าใจเจตคติ ความรู้สึก ความคิดของสมาชิกในองค์การ มีความมั่นคงของสถาบัน มีศักยภาพในการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมและเปลี่ยนแปลงใด ๆ สามารถดำรงอยู่ได้ตลอดไป

วิสันต์ เกตุคง (2559: 14-15) ได้สรุปว่า สุขภาพองค์การของโรงเรียน หมายถึง สภาพภาวะการปฏิบัติงานตามภารกิจ และความรับผิดชอบต่อโรงเรียนที่ตอบสนองหน้าที่ของระบบสังคม ซึ่งถูกระบุเป็นแบบแผนระบบของโรงเรียน โดยมีการบูรณาการ ปรับปรุงโรงเรียนให้คงอยู่ท่ามกลางสิ่งแวดล้อมและสภาวะต่าง ๆ ในสังคมอย่างเหมาะสม และสามารถพัฒนาโรงเรียนอย่างต่อเนื่องเป็นระบบยั่งยืน

มยุรี แสนสุข (2560: 51) ได้สรุปไว้ว่าสุขภาพองค์การ หมายถึง การที่องค์การสามารถดำเนินงานให้ประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยอาศัยความร่วมมือ ร่วมใจในการทำงานโดยการพัฒนาปรับปรุงอย่างต่อเนื่องและสามารถแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นสุขภาพองค์การของโรงเรียนในการศึกษานี้ หมายถึง สภาพของสถานศึกษาที่มีความสมบูรณ์และความพร้อมที่จะปฏิบัติงานตามภารกิจและความรับผิดชอบต่อ มีศักยภาพในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม และความเปลี่ยนแปลงใด ๆ สามารถบรรลุถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้ มีความมั่นคงในหน่วยงาน มีความสามารถที่จะพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลานาน จึงกล่าวได้ว่า องค์การที่มีสุขภาพดีนั้น คือการที่องค์การสามารถดำเนินกิจการได้เป็นอย่างดี ในขณะที่สมาชิกในองค์การสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีความสุขและมีประสิทธิผลด้วยการดำเนินการได้ทั้งสองประเด็นนี้ก็ขึ้นอยู่กับการบริหารนั่นเอง เพราะหน้าที่ความรับผิดชอบต่อของการบริหาร คือการรับผิดชอบต่อสุขภาพองค์การ

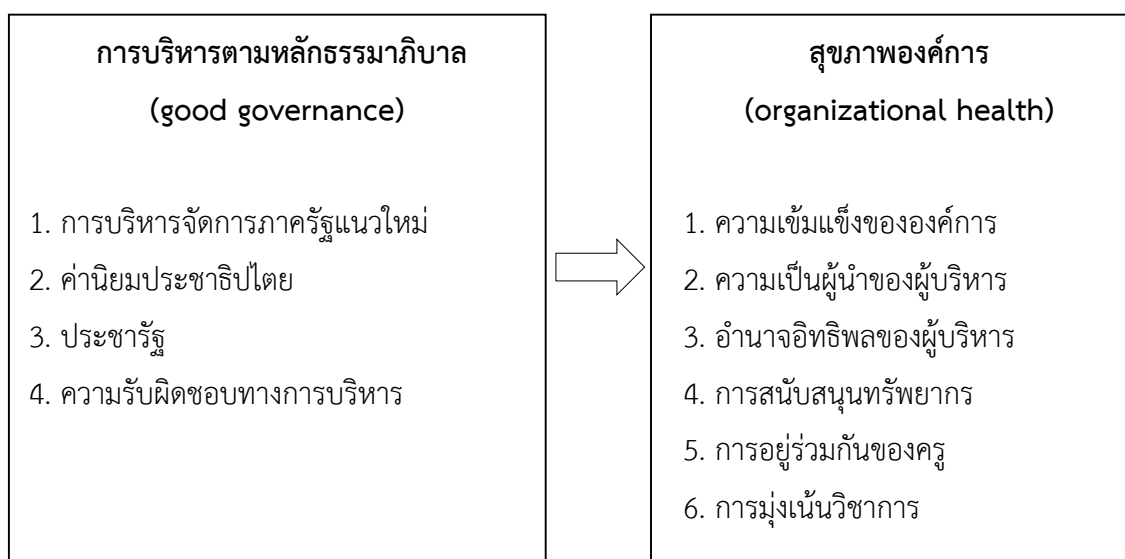
Hoy & Sabo (1997) อ้างถึงใน เพียงหทัย นิรมล (2557: 18) ได้สรุปว่า สุขภาพองค์การ หมายถึง การที่จะทำให้เกิดบรรยากาศในสถานศึกษา ความคิดในเรื่องสุขภาพองค์การ ที่เป็นไปได้มีใช้เรื่องใหม่ แต่เป็นเงื่อนไขที่ต้องการให้เกิดความเจริญงอกงาม และพัฒนาสิ่งกีดขวางพลวัตสุขภาพองค์การ

ดังนั้น การบริหารตามหลักธรรมาภิบาล หมายถึง หลักการบริหารจัดการที่ดี เพื่อควบคุม การดำเนินกิจการภายในโรงเรียน ให้เป็นไปด้วยความเป็นธรรม โปร่งใส จนทำให้โรงเรียนเกิดประสิทธิผล ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า การบริหารตามหลักธรรมาภิบาล หมายถึง ผู้บริหารสามารถบริหารควบคุมกิจการต่าง ๆ ภายในโรงเรียน ให้เป็นไปในครรลองธรรม และหมายรวมถึงการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งสามารถนำไปใช้ได้ ทุก ภาคส่วน บริหารงานด้วยหลักศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม และความถูกต้องชอบธรรมในการอยู่ร่วมกัน ซึ่ง มนุษย์ทุกคนพึงปฏิบัติ เพื่อให้องค์กรเกิดประสิทธิผล ตามหลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2555: 19) ประกอบด้วย

- 1.การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (new public management)
- 2.ค่านิยมประชาธิปไตย (democratic value)
- 3.ประชาธิปไตย (participatory state)
- 4.ความรับผิดชอบทางการบริหาร (administrative responsibility)

การบริหารจัดการขององค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ ประกอบไปด้วยหลักการทำงานร่วมกัน แนว ทางการดำเนินงานที่เป็นข้อตกลงร่วมกัน มีความยุติธรรมเสมอภาค การมุ่งกระบวนการทำงานที่มี ประสิทธิภาพให้เกิดประสิทธิผลที่ดีต่อองค์กร เป็นผลสำเร็จของกระบวนการทำงาน ทำให้องค์กรความ เข้มแข็ง มีความมั่นคง พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงได้ มีการทำงานร่วมกันที่ดีเกิดสุขภาพองค์กรที่ดี ในงานวิจัย นี้ใช้การบริหารตามหลักธรรมาภิบาล (good governance) ประกอบด้วย 4 หลักการสำคัญ และ 10 องค์ประกอบย่อย ซึ่งเป็นของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2555: 19) และสุขภาพองค์กร (organizational health) มี 6 ประการ เป็นแนวคิดของ Hoy & Sabo (1997 อ้างถึงใน เพียงหทัย นิรมล 2557)

จากการทบทวนวรรณกรรมและการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยจึงได้กำหนดกรอบแนวคิดดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ได้แก่ ครูในโรงเรียนขยายโอกาสของรัฐ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2 ในปีการศึกษา 2561 ประกอบด้วยครูจำนวน 432 คน

2. กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูในโรงเรียนขยายโอกาสของรัฐ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2 โดยใช้ตารางกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ของ Krejcie and Morgan (1970: 607-610 อ้างถึงใน สุวิมล ติรกานันท์, 2551: 178-179) การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการ สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วน (proportional stratified random sampling) กระจายตัวตามอำเภอ ได้ครูจำนวน 205 คน

ตารางที่ 1 การหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ที่ตั้งสถานศึกษา	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
อำเภอสองพี่น้อง	233	110
อำเภออู่ทอง	124	59
อำเภอดอนเจดีย์	75	43
รวม	432	205

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามแนวคิด หลักการ ทฤษฎี และ เอกสารที่เกี่ยวข้อง มี 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับสภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 สอบถามระดับของการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษา จำแนกตามตัวแปรตาม องค์ประกอบ 4 องค์ประกอบ ตอนที่ 3 สอบถามระดับสุขภาพองค์การของโรงเรียนจำแนกตามตัวแปรตาม องค์ประกอบ 6 องค์ประกอบ

3.3 การใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผล โดยใช้วิธีในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ การวิเคราะห์สภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามใช้ค่าความถี่ (frequency) และ ค่าร้อยละ (percentage) การวิเคราะห์ระดับการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลและสุขภาพองค์การ โดยใช้ การหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการบริหารตามหลักธรรมาภิบาล และสุขภาพองค์การ ใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Pearson และการวิเคราะห์ การบริหารตามหลัก ธรรมาภิบาลส่งผลต่อสุขภาพองค์การของโรงเรียนเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา สุพรรณบุรี เขต 2 โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

4. ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 73.20) มีอายุน้อยกว่า 35 ปี (ร้อยละ 35.10) มีระดับการศึกษาขั้นสูงสุดระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 62.90) และมีประสบการณ์การทำงานในสถานศึกษา 15 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 34.60)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2

การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรีเขต 2 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน โดยค่านิยมประชาธิปไตย อยู่ในลำดับสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ความรับผิดชอบทางการ การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ และประชารัฐ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับสุขภาพองค์การของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2

สุขภาพองค์การของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การมุ่งเน้นวิชาการ ลำดับสูงสุด รองลงมา ได้แก่ การอยู่ร่วมกันของครู การสนับสนุนทรัพยากร อำนาจอิทธิพลของผู้บริหาร ความเข้มแข็งขององค์การ และความเป็นผู้นำของผู้บริหาร ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารส่งผลต่อสุขภาพองค์การของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารที่ส่งผลต่อสุขภาพองค์การของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ระหว่างตัวแปร	การบริหารจัดการภาครัฐ แนวใหม่ (X_1)	ค่านิยมประชาธิปไตย (X_2)	ประชารัฐ (X_3)	ความรับผิดชอบต่อ ทางการ บริหาร (X_4)	สุขภาพองค์การของโรงเรียน (Y_{tot})
การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (X_1)	1.00				
ค่านิยมประชาธิปไตย (X_2)	0.73*	1.00			
ประชารัฐ (X_3)	0.59*	0.52*	1.00		
ความรับผิดชอบต่อทางการบริหาร (X_4)	0.72*	0.65*	0.65*	1.00	
สุขภาพองค์การของโรงเรียน (Y_{tot})	0.71*	0.70*	0.60*	0.73*	1.00

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ไม่พบขนาดความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่มีค่าสูงกว่า 0.80 จนเกิดปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (multicollinearity) นอกจากนี้พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางถึงระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง 0.52 - 0.73 และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลกับสุขภาพองค์การของโรงเรียน พบว่ามีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับปานกลางถึงระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสหสัมพันธ์ระหว่าง 0.60 - 0.73

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสุขภาพองค์การของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2 (n = 205)

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
Regression	4	22.94	5.73	91.70*	.00
Residual	200	12.51	0.06		
Total	204	35.44			

ตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกเข้าสมการ	b	Beta	SE _b	t	Sig.
ค่าคงที่	1.15		0.17	6.87*	.00
ความรับผิดชอบทางการบริหาร (X ₄)	0.24	0.32	0.05	4.65*	.00
ค่านิยมประชาธิปไตย (X ₂)	0.25	0.29	0.05	4.53*	.00
การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (X ₁)	0.17	0.20	0.06	2.80*	.00
ประชาธิปไตย (X ₃)	0.09	0.12	0.04	2.16*	.03

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

R = 0.804 R² = 0.647 SEE. = 0.250

ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (X₁) ค่านิยมประชาธิปไตย (X₂) ประชาธิปไตย (X₃) ความรับผิดชอบทางการบริหาร (X₄) เป็นตัวแปรที่ได้รับเลือกเข้าสมการถดถอย และสามารถอธิบายความผันแปรของสุขภาพองค์การของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2 ได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าประสิทธิภาพในการทำนาย (R²) เท่ากับ 0.647 ซึ่งแสดงว่า ความรับผิดชอบทางการบริหาร ค่านิยมประชาธิปไตย การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ และประชาธิปไตย ส่งผลต่อสุขภาพองค์การของโรงเรียนได้ร้อยละ 64.70 โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้ สมการวิเคราะห์การถดถอยในรูปของคะแนนดิบ

$$\text{คือ } \hat{Y}_{\text{tot}} = 1.15 + 0.24(X_4) + 0.25(X_2) + 0.17(X_1) + 0.09(X_3)$$

และสมการวิเคราะห์การถดถอยในรูปของคะแนนมาตรฐาน

$$\text{คือ } \hat{Z}_{\text{tot}} = 0.32(Z_4) + 0.29(Z_2) + 0.20(Z_1) + 0.12(Z_3)$$

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป อภิปรายผล

1. จากผลการวิจัย พบว่า ระดับของการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2 โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารโรงเรียนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านค่านิยมประชาธิปไตย ด้านความรับผิดชอบทางการบริหาร ด้านการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่และด้านประชาธิปไตย ทั้งนี้เพราะการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลมีส่วนช่วยให้องค์กรต่าง ๆ ที่นำหลักการบริหารนี้มาใช้มีการยอมรับ เชื่อถือ มีประสิทธิภาพ คุณภาพ โดยเฉพาะการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารเป็นหลักการบริหารที่หน่วยงานของรัฐ นำมาบริหารงานโรงเรียนเพื่อทำให้มีความถูกต้อง สุจริต เป็นธรรม และอยู่ภายใต้การทำงานแบบประชาธิปไตย ส่งผลที่ดีถึงองค์กรและการอยู่ร่วมกันภายในองค์กรโดยเฉพาะการบริหารปัจจุบัน ที่เน้นการทำงานเป็นทีม ความร่วมมือ โปร่งใสตรวจสอบได้ ทำให้การบริหารงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผล สอดคล้องกับงานวิจัยของ อารีวรรณ ปักกาเวสูง (2555: 162) ได้ศึกษาเรื่องการบริหารสถานศึกษาตามหลักธรรมาภิบาลสำหรับสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 1 ผลการวิจัยพบว่า ระดับการบริหารสถานศึกษาตามหลักธรรมาภิบาลโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ด้านการบริหารงานวิชาการมีค่ามากที่สุด ดังนี้ผู้บริหารควร ให้ความสำคัญกับการบริหารงานวิชาการเพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และเป็นการแสดงถึงศักยภาพของโรงเรียน ในการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาล ความร่วมมือกันของบุคลากรภายในโรงเรียนเพื่อให้เกิดประสิทธิผลที่ดีขององค์กร สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิไลรัตน์ ฝ่ายดี (2559: 122-138) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารโรงเรียนขนาดกลางในอำเภอพระยา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระแก้ว เขต 2 ได้สรุปว่าสภาพที่เป็นจริงในปัจจุบันของการบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารโรงเรียนขนาดกลางในอำเภอตาพระยา อยู่ในระดับมาก มีความต้องการพัฒนาในการปฏิบัติกับครูอย่างเท่าเทียมกัน โดยไม่แบ่งแยก และเลือกปฏิบัติ ควรมอบอำนาจให้ครูอย่างเหมาะสม และควรใช้เทคนิคและเครื่องมือบริหารจัดการที่เหมาะสมเพื่อลดภารกิจที่ล้าสมัยไม่มีความจำเป็น เปิดโอกาสให้ครูได้มีส่วนร่วม และควรปฏิบัติตนตามจรรยาบรรณวิชาชีพของผู้บริหาร จะเห็นได้ว่าเมื่อผู้บริหารเห็นถึงความสำคัญของการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลนำมาใช้ในการบริหารงานโรงเรียนก็จะเป็นการบริหารที่มีความถูกต้อง ครูในโรงเรียนทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิผลที่ดี เกิดความเสมอภาค และเน้นประสิทธิภาพประสิทธิผลทำให้โรงเรียนมีความสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลที่ดี

2. สุขภาพองค์กรของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2 โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า สุขภาพองค์กร ของโรงเรียนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านการมุ่งเน้นวิชาการ การอยู่ร่วมกันของครู การสนับสนุนทรัพยากร อำนาจอิทธิพลของผู้บริหาร ความเข้มแข็งขององค์กร และความเป็นผู้นำของผู้บริหาร สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ฐิตารีย์ ตรีเหรา (2556: 45) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง สุขภาพองค์กรที่

ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า สุขภาพองค์การสถานศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร กลุ่มครูชั้นใต้ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถบ่งชี้ได้ว่าสุขภาพองค์การของสถานศึกษามีความสมบูรณ์ เนื่องจากการได้รับการสนับสนุนด้านทรัพยากรอย่างพอเพียง รวมไปถึงด้านการให้ความร่วมมือของครู และการเน้นวิชาการซึ่งเป็นเกณฑ์ชี้วัดสุขภาพองค์การอยู่ในระดับมากที่สุด ทำให้สถานศึกษาขับเคลื่อนและพัฒนาต่อไปได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของลาวัญญ์ เพิ่มสุขรุ่งเรือง (2559: 140-143) เรื่อง การบริหารงานบุคคลที่ส่งผลต่อสุขภาพองค์การของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาราชบุรี เขต 2 สุขภาพองค์การของสถานศึกษาอยู่ในระดับมากทั้งภาพรวมและรายด้าน ด้านขวัญในการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด การสนับสนุนทรัพยากร การมุ่งเน้นวิชาการ ภาวะผู้นำแบบมิตรสัมพันธ์ และบุรณภาพของสถาบันตามลำดับ จึงเห็นได้ว่าสุขภาพองค์การมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อองค์กร ทำให้เห็นถึงประสิทธิผลขององค์กรชัดเจนมากขึ้น จะเห็นถึงการมุ่งเน้นวิชาการ ความร่วมมือ และการจัดทรัพยากรอย่างทั่วถึงในสถานศึกษาก็เพื่อให้เกิดประสิทธิผลที่ดีของสถานศึกษา ทำให้ให้สถานศึกษามีสุขภาพองค์การที่ดี

3. การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสุขภาพองค์การของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรีเขต 2 เรียงตามลำดับอิทธิพลจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านความรับผิดชอบต่อการบริหาร ค่านิยมประชาธิปไตย การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ และประชาธิปไตย ส่งผลต่อระดับสุขภาพองค์การของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรีเขต 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถร่วมทำนายสุขภาพองค์การของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรีเขต 2 ได้ร้อยละ 64.70 ทั้งนี้เนื่องจากการบริหารตามหลักธรรมาภิบาล เป็นระบบการบริหารที่ทำให้หน่วยงาน เกิดความเป็นระเบียบเรียบร้อย บุคลากรที่ได้อยู่ร่วมกันจะเกิดความรู้สึกเท่าเทียมเสมอภาค เกิดความตั้งใจ เต็มใจในการทำงานเพื่อส่วนรวมตามภาระรับผิดชอบตามหน้าที่ของตน ซึ่งความรับผิดชอบนี้เองเป็นคุณธรรมสำคัญของหลักธรรมาภิบาล ที่ทำให้องค์การบรรลุตามวัตถุประสงค์ เกิดผลสำเร็จที่ดี เพราะทุกคนต่างมีความรับผิดชอบ ซึ่งจะส่งผลถึงความเข้มแข็งขององค์กร การอยู่ร่วมกันของครู ซึ่งคือสุขภาพขององค์กรที่ดีได้ เพื่อเป็นหลักการพื้นฐานเบื้องต้นในการปฏิบัติงานเป็นทีมเพื่อนำองค์การไปสู่ผลสำเร็จ สอดคล้องกับสอดคล้องกับงานวิจัยของคณพงศ์ ดาเลิศ (2555: 77-79) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อสุขภาพองค์การของโรงเรียนสังกัดเทศบาล ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ทำให้เห็นว่าปัจจัยด้านการบริหารมีผลต่อสุขภาพองค์การที่ดีขึ้น ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า 1) มีความเชื่อมโยงระหว่างหลักการบริหารที่เน้นด้านโครงสร้างองค์การทำให้สุขภาพองค์การพัฒนาขึ้น 2) แรงจูงใจในการทำงานของผู้บริหาร ความเป็นธรรมทำให้การทำงานร่วมกันของคนในองค์กรดีขึ้น 3) ระบบสังคมที่ดีทำให้บรรยากาศการทำงานเป็นไปอย่างมีความสุข ทุกคนร่วมกันทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กร และ 4) สภาพแวดล้อมภายนอกทั้งนโยบาย ระบบการจัดการศึกษา สภาพสังคมที่ดีจะมีการเชื่อมโยงไปกับการทำงาน และการแก้ไขปัญหาก็ดี ส่งผลถึงสุขภาพองค์การที่มั่นคง สอดคล้องกับงานวิจัยของเรวัต ะบุรงค์ (2558: 89-93) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อสุขภาพองค์การของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก พบว่า ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การเชิงสร้างสรรค์ ปัจจัยด้านแรงจูงใจ ปัจจัยด้านโครงสร้างเชิงทางการ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อสุขภาพองค์การซึ่ง

ผู้บริหารต้องมีการเลือกใช้หลักการบริหารที่เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ทั้งหลักการและหลักความเป็นธรรมเพื่อพัฒนาองค์การให้เกิดการอยู่ร่วมกันในองค์การได้อย่างมีความสุข และขับเคลื่อนองค์การให้เกิดประสิทธิผลต่อไป

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. ผู้บริหารสถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมและให้ความสำคัญกับการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลในด้านประชาธิปไตยให้มากขึ้น เพื่อส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมในการทำงานร่วมกัน
2. ผู้บริหารสถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมพัฒนาสุขภาพองค์การด้านความเป็นผู้นำของผู้บริหาร ที่เป็นส่วนสำคัญในการนำองค์การไปสู่เป้าหมาย และมีการทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข
3. ผู้บริหารสถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมให้มีการนำหลักการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ ค่านิยมประชาธิปไตย ประชาธิปไตย และความรับผิดชอบต่อทางการบริหารมาปรับใช้ในสถานศึกษา เพื่อให้องค์การมีสุขภาพองค์การที่ดี เกิดประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษารูปแบบการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลด้านค่านิยมประชาธิปไตยที่มีผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา
2. ควรศึกษาแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศในการบริหารตามหลักธรรมาภิบาล ของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2
3. ควรศึกษาหลักการบริหารสถานศึกษาในปัจจุบันเพิ่มเติมที่ส่งผลต่อสุขภาพองค์การของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2

เอกสารอ้างอิง

- คณพงศ์ ดาเลิศ. (2555). ปัจจัยที่ส่งผลต่อสุขภาพองค์การของโรงเรียนสังกัดเทศบาลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร การศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี.
- ชุตินันท์ แดงกำ. (2556). สุขภาพองค์การตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษา ครู และบุคลากร โรงเรียนบ้านมาบตาพุด สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระยองเขต 1. งานนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ฐิตารีย์ ตรีเหรา. (2557). สุขภาพองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดกรุงเทพมหานคร. วารสารบริหารการศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร. 4 (3) : 39-48.

- ดารินทร์ สงมะเริง. (2559). การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารโรงเรียนเอกชนในเขต
อำเภอเมืองจังหวัดจันทบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1
งานนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 แก้ไขเพิ่มเติม(ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545 และ (ฉบับที่ 3)
พ.ศ.2553 (2553) ราชกิจจานุเบกษา (เล่มที่ 127) ตอนที่ 45 ก (22 กรกฎาคม)
- เพ็ญหทัย นิรมล. (2557). สุขภาพองค์การของโรงเรียนตามทัศนะของผู้บริหารสถานศึกษาและ
ครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 5. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.
- มยุรี แสนสุข. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษา
กับสุขภาพองค์การของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบุรี
เขต 1. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ บริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- เรวัตร์ งบประมาณ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อสุขภาพองค์การของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขต
พื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ลาวัณย์ เพิ่มสุขรุ่งเรือง. (2559). การบริหารงานบุคคลที่ส่งผลต่อสุขภาพองค์การของสถานศึกษาสังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 2. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- วิไลรัตน์ ฝ่ายดี. (2559). การบริหารงานตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารโรงเรียนขนาดกลาง
ในอำเภอตาพระยาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสระแก้ว เขต 2. งานนิพนธ์
การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิสันต์ เกตุคง. (2559). สุขภาพองค์การของโรงเรียนเอกชนการกุศลของวัดในพระพุทธศาสนาภาคกลาง
วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2. (2561). พันธกิจสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษาสุพรรณบุรี เขต 2. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2561 จาก
<http://www.sp2.go.th/sp2/>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2555). หลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการ
บ้านเมืองที่ดี. กรุงเทพมหานคร : คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- สุวิมล ติरणานนท์. (2551). การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางสู่การปฏิบัติ.
กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อธิจิต อภรพงษ์. (2559). การบริหารสถานศึกษาตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัด
สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยจังหวัดสระแก้ว. วิทยานิพนธ์
ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

- อังคณา พิมพ์ดี.(2559). การปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการดำเนินงานตามระบบประกันคุณภาพภายในของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- อารีวรรณ ปักกาเวสูง.(2555). การบริหารสถานศึกษาตามหลักธรรมาภิบาลสำหรับสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมาเขต 1. วารสารบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.3 (1) : 159-165
- เอกชัย กี่สุขพันธ์. (2553). การบริหารจัดการที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล(Good Governance) กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปัญหาและความต้องการเพื่อการพัฒนาของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐ
จังหวัดยะลา

Problems and Needs for Development of Retail Operators

Thong Fah Pracharath, Yala province.

อัปสร อีซอ¹ และคณะ²

(Apsorn E-sor et al.)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดยะลา และความต้องการเพื่อการพัฒนาของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดยะลา โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย ประชากรเป็นผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐใน จังหวัดยะลา จำนวน 379 ราย ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ กำหนดความเชื่อมั่น 95% ทำให้ได้จำนวน กลุ่มตัวอย่าง 195 ราย ใช้สถิติวิเคราะห์ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

1 อาจารย์ประจำสาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 95000

Assoc Prof., Lecturer Faculty of Management Sciences (Marketing). Yala Rajabhat University 95000

2. ผศ.ดร.นันทรัตน์ นามบุรี สาขาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 95000

Asst Prof Dr., Lecturer Faculty of Management Sciences (Accounting). Yala Rajabhat University 95000

ดร.กัลยรัตน์ พินิจจันทร์ สาขาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 95000

Dr., Lecturer Faculty of Management Sciences (Modern Trade Business Management). Yala Rajabhat University 95000

ดร.ศุภมาส รัตน์พิพัฒน์ สาขาการจัดการธุรกิจดิจิทัลและนวัตกรรม คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 95000

Dr., Lecturer Faculty of Management Sciences (Digital Business Management and Innovation). Yala Rajabhat University 95000

อาจารย์ชรีฮาน ยีแวง สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 95000

Lecturer Faculty of Management Sciences (Marketing). Yala Rajabhat University 95000

อาจารย์สุธิดา เลขาวิจิตร สาขาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา 95000

Lecturer Faculty of Management Sciences (Marketing). Yala Rajabhat University 95000

Corresponding author: apsornyru@gmail.com

ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดยะลา โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเป็นปัญหาด้านการเงินและบัญชี คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.16 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 ปัญหาด้านการบริหาร ค่าเฉลี่ย 1.96 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 และปัญหาด้านการตลาด ค่าเฉลี่ย 1.87 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 สำหรับความต้องการเพื่อการพัฒนาของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดยะลา พบว่า ความต้องการด้านเงินทุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.34 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.63 ความต้องการด้านความรู้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.33 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.67 ส่วนความต้องการด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์/อุปกรณ์ ค่าเฉลี่ย 2.25 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.62

คำสำคัญ : ปัญหา ความต้องการ การพัฒนา ผู้ประกอบการค้าปลีก ธงฟ้าประชารัฐ

ABSTRACT

The propose of this research is to study the problems in operation and the needs for development of Thong Fah Pracharath retailers in Yala province. The research was conducted quantitatively by using a questionnaire to gather data from 195 retailers, as a sample group, which applied a technique of accidental sampling. The statistics used to analyze data were frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The results indicated that problems in operation were at moderate level, which including problems in finance and accounting (\bar{x} = 2.16, SD. = 0.65), problems in administration (\bar{x} = 1.96, SD. = 0.63), and problems in marketing (\bar{x} = 1.87, SD. = 0.60). In addition, it was also found that the needs for development in terms of capital need was at high level as a whole (\bar{x} = 2.34, SD. = 0.63) meanwhile, both knowledge need and product/equipment development need were at moderate level as a whole (\bar{x} = 2.33, SD. = 0.67, \bar{x} = 2.25, SD. = 0.62 respectively).

Keywords: Problems, Needs, Development, Retail Operators, Thong Fah Pracharath

Article history:

Received 11 June 2019

Revised 2 September 2019

Accepted 9 September 2019

SIMILARITY INDEX = 1.63 %

1. บทนำ

ธุรกิจค้าปลีกจัดเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย ซึ่งนอกจากเป็นธุรกิจที่ช่วยพัฒนาและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศแล้ว ยังเป็นธุรกิจที่เป็นสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนในการดำรงชีวิตท้องถิ่นที่สำคัญอีกด้วย สถานะการแข่งขันในอุตสาหกรรมค้าปลีกในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมาก เนื่องจากการขยายตัวที่รวดเร็วและต่อเนื่องของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่และร้านค้าสะดวกซื้อที่มีการกระจายสาขาเข้าสู่ชุมชนท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น ส่งผลกระทบโดยตรงต่อธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมที่เป็นร้านขายของชำ (หรือที่เรียกว่าร้านโชห่วย) ซึ่งเป็นธุรกิจดั้งเดิมที่อยู่คู่กับชุมชนท้องถิ่นมาอย่างยาวนาน ด้วยเหตุนี้ จึงได้มีความพยายามจากหน่วยงานภาครัฐในอันที่จะช่วยเพิ่มศักยภาพร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม โดยการผลักดันให้เข้าร่วมโครงการร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ เปิดโอกาสให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมท้องถิ่นสามารถเข้าร่วมโครงการในอันที่จะจัดจำหน่ายสินค้าให้แก่ประชาชนผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ทั้งนี้วัตถุประสงค์นอกจากช่วยลดภาระค่าครองชีพ เพิ่มกำลังซื้อให้กับผู้มีรายได้น้อยแล้ว ยังช่วยเพิ่มยอดขาย เสริมสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจให้กับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมทั้งแบบร้านค้าปลีกรายย่อยและร้านค้าชุมชน

จากการประเมินความสำเร็จของโครงการร้านค้าธงฟ้าประชารัฐในปีที่ผ่านมา พบว่าผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเพิ่ม 39.05% หรือ 424 ล้านบาท สินค้าธงฟ้าประชารัฐ (เช่น ข้าวสาร น้ำมัน น้ำตาล ฯลฯ) เพิ่มขึ้น 43.62% หรือ 1,383 ล้านบาท สินค้าชุมชนเพิ่มขึ้น 61.27% หรือ 549 ล้านบาท นอกจากนี้สามารถลดค่าครองชีพลง 2.46% หรือประมาณ 60,382 ล้านบาท โดยเป็นการลดค่าครองชีพผู้บริโภคจากวงเงินสวัสดิการโดยตรง 1.46% และจากการลดราคาสินค้าของร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ 1% ทำให้เจ้าของร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ 70-80% มีความพอใจโครงการระดับมาก (ประชาชนดีธุรกิจ, 2562) อย่างไรก็ตามเนื่องจากปี 2561 ที่ผ่านมาเป็นปีแรกของการดำเนินโครงการร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ ซึ่งอาจจะมีปัญหาหรือความไม่พร้อมในการดำเนินงาน ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัญหาและความต้องการเพื่อการพัฒนาของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐ โดยเน้นในพื้นที่จังหวัดยะลา ซึ่งเป็นหนึ่งในพื้นที่ชายแดนใต้ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบ ผลที่ได้คาดว่าจะจะเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนาร้านค้าธงฟ้าประชารัฐให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดยะลา
2. เพื่อศึกษาความต้องการเพื่อการพัฒนาของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดยะลา

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การค้าปลีก (Retailing) หมายถึง กิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการจำหน่ายสินค้าหรือบริการให้แก่ผู้บริโภคขั้นสุดท้ายโดยตรง (Final Consumers) (สุวิมล แม้นจรรย์, 2546) ทั้งนี้รูปแบบธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท อันได้แก่ ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิมและธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ดังนี้ (นภัทร ไตรเจตน์, 2558)

1.1 ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (Traditional Trade) จัดเป็นร้านค้าขายสินค้าที่เข้าถึงผู้บริโภคโดยผ่านบุคคลที่เป็นเจ้าของธุรกิจ เน้นขายสินค้าบนพื้นฐานความจำเป็นต่อการดำรงชีวิต ลักษณะการดำเนินงานแสดงถึงลักษณะวัฒนธรรมและความเป็นอยู่ของประชาชนในท้องถิ่น มีการเจรจาต่อรอง ความเป็นมิตร ความเห็นอกเห็นใจกันและความเป็นกันเอง ตลอดจนมีการดำเนินธุรกิจแบบพอเพียง รูปแบบธุรกิจแบบดั้งเดิม ปัจจุบันสามารถแบ่งได้ 6 ประเภท ดังนี้

- 1) ยี่ปั้ว เป็นตัวแทนที่รับสินค้าจากบริษัทโดยตรง ทำหน้าที่ค้าส่ง พร้อมการกระจายสินค้าให้กับผู้ผลิต มีร้านค้าส่วนมากอยู่ในเมืองใหญ่ๆ ที่มีการค้าขายดี
- 2) ซาปั้ว มีการดำเนินธุรกิจแบบค้าส่ง เพื่อนำไปขายให้กับลูกค้ารายย่อย มีอยู่ในพื้นที่นอกเมือง ผู้ค้าขายซื้อสินค้าจากผู้ค้าส่งหลักไปขายต่อให้ร้านค้าโชห่วย อีกทอดหนึ่ง ซึ่งโดยปกติลูกค้าจะเข้ามาซื้อสินค้าเอง
- 3) โชห่วย เป็นร้านค้าปลีกที่ขายสินค้าประเภทอุปโภคบริโภค โดยมีหลักแหล่งที่แน่นอน อยู่ในพื้นที่ชุมชน จำหน่ายสินค้าทั่วไปที่มีความจำเป็นต้องใช้ประจำวัน โดยมีการขายสินค้าทั่วไปเป็นหลักและและมีสินค้าจำพวกอาหารสด
- 4) ร้านชำ เป็นร้านค้าปลีกที่ขายสินค้าประเภทอุปโภคบริโภค โดยมีหลักแหล่งที่แน่นอน ส่วนมากอยู่ในตลาดสด เน้นการขายสินค้าประเภทอาหารสดและขายสินค้าทั่วไปที่จำเป็นต้องใช้ประจำวันจำนวนไม่มากนัก
- 5) กองคาราวานสินค้า (ตลาดนัด) เป็นสถานที่รวมของผู้ค้าปลีกดั้งเดิมทุกประเภท อาจจะจัดได้ในทั้งใน อาคาร และที่โล่ง ซึ่งมีกำหนดเวลาแน่นอน
- 6) ร้านค้าเร่ มีลักษณะการนำสินค้าไปขายในที่ชุมชน หมู่บ้าน โดยมีลักษณะการนำส่งสินค้าถึงผู้บริโภคที่บ้าน และไม่มีความแน่นอนในการนำไปขายในแต่ละที่

1.2 ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) เป็นร้านค้าที่มีการปรับปรุงการจัดวางสินค้า การให้บริการที่ทันสมัย มีการจัดการที่เป็นระบบและมีมาตรฐาน ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และลงทุนสูง เพื่อดึงดูดให้ลูกค้ามาใช้ บริการ ร้านค้าปลีกส่วนใหญ่เป็นการจัดตั้งของบริษัทร่วมทุนทั้งไทยและต่างประเทศ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ที่เกิดขึ้นในประเทศไทยแต่ละแบบมีลักษณะเฉพาะแตกต่างกันไป เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและผลการดำเนินการเป็นหลัก ปัจจุบันแบ่งประเภทของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่ ซูเปอร์เซ็นเตอร์ ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าปลีกในรูปแบบการขายส่ง ร้านค้าปลีกขายสินค้าเฉพาะอย่างหรือสินค้าพิเศษ และร้านค้าปลีกเฉพาะอย่างเน้นราคาถูก

ร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ จึงถือเป็นธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม เป็นร้านโชห่วยระดับท้องถิ่นที่จำหน่ายสินค้าปลีก ซึ่งไม่ได้เป็นสาขาของร้านค้าส่งค้าปลีกสมัยใหม่ระดับประเทศ ร้านธงฟ้าประชารัฐมีการจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเพื่อการศึกษา และสินค้าวัตถุดิบเพื่อเกษตรกรรม มีทำเลและสถานที่ตั้งร้านค้าที่แน่นอนและอยู่ในแหล่งชุมชน

ปัญหาและอุปสรรคของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ได้แก่ ประเภทสินค้าที่ขายในร้านไม่มีความหลากหลายเท่าที่ควรเมื่อเปรียบเทียบกับร้านค้าปลีกสมัยใหม่หรือห้างค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านค้าปลีกดั้งเดิมไม่มีการตกแต่งร้านค้าของตนเองให้ทันสมัย ขาดการจัดสินค้าให้เป็นระบบ ไม่มีป้ายบอกราคาที่แน่นอนชัดเจน

รวมถึงไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องบันทึกเงินสดที่จอดรถและอื่นๆ ราคาสินค้าสูงกว่าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และไม่ให้เสรีภาพในการเดินเลือกซื้อสินค้าแก่ผู้บริโภค ทำให้ความต้องการซื้อของผู้บริโภคลดลง สิ่งที่ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมควรปรับปรุง คือ ควรพัฒนาจัดร้านค้าปลีกของตนให้มีความทันสมัย มีการจัดวางสินค้าเป็นระเบียบเป็นหมวดหมู่่ง่ายต่อการเลือกซื้อ และควรเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อสินค้าโดยอิสระเสรี ควรหาลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของตนให้ได้ว่าคือกลุ่มใด เพื่อจะได้จัดหาสินค้าสนองความต้องการของลูกค้าได้ตรงกับความต้องการและพัฒนาร้านค้าปลีกของตนให้โดดเด่นได้ ควรมีการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการมากขึ้นและควรมีการทำตลาดสำหรับร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมให้มากกว่านี้ สิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกควรทำเพื่อความอยู่รอดในอนาคต คือ สร้างเครือข่ายของกลุ่มผู้ค้าปลีกแบบดั้งเดิมเพื่อสร้างอำนาจต่อรองในการแข่งขันกับร้านค้าปลีกขนาดใหญ่เพื่อรักษาลูกค้าเดิมไว้ให้ได้ ตลอดจนสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (สุจินดา เจียมศรีพงษ์, 2554)

วัชร ขาวสังข์และคณะ (2559) ได้ศึกษาปัญหาและความต้องการเพื่อการพัฒนาของกลุ่มเบเกอร์รี่ ตำบลท่าสาป จังหวัดยะลา ได้จำแนกปัญหาเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการตลาด 2) ด้านการผลิต 3) ด้านการบริหารจัดการ 4) ด้านการจัดการการเงิน ซึ่งใกล้เคียงกับ งานของ อังสนา ประสี และขจรวรรณ อธิรัตน์ (2555) ซึ่งได้ศึกษาปัญหาการดำเนินงานและความต้องการการสนับสนุนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครสวรรค์ โดยจำแนกปัญหา/อุปสรรค รวมถึงความต้องการความช่วยเหลือในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันเป็น 5 ด้าน อันได้แก่ ด้านการตลาด ด้านการผลิตและเทคโนโลยี ด้านบุคลากรและแรงงาน ด้านการเงิน และด้านอื่นๆ

งานวิจัยนี้ เน้นศึกษาปัญหาการดำเนินงานและความต้องการเพื่อการพัฒนาของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดยะลา โดยปัญหาจากการดำเนินงานของร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ แบ่งเป็น 4 ด้าน อันได้แก่ ปัญหาด้านการตลาด ด้านการเงินและบัญชี ด้านการบริหาร และด้านการรับสินค้ามาจำหน่าย (แทนปัญหาด้านการผลิต เพราะร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ ไม่ได้ผลิตสินค้า หากแต่เน้นรับสินค้ามาจำหน่าย) ส่วนความต้องการเพื่อการพัฒนา แบ่งเป็น 3 ด้าน อันได้แก่ ด้านความรู้ ด้านการพัฒนาเครื่องมืออุปกรณ์ และด้านเงินทุน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือวิจัย โดยมีประชากร คือผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐในจังหวัดยะลา จำนวน 379 ราย (กองบริหารการพาณิชย์ภูมิภาค, 2561) ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) จากผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดยะลา ที่เข้าร่วมโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การยกระดับร้านค้าธงฟ้าประชารัฐสู่การเป็นโชห่วยมืออาชีพ” ซึ่งจัดโดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดยะลาร่วมกับคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา กำหนดความเชื่อมั่น 95% ทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 195 ราย โดยให้ผู้ตอบเป็นผู้กรอกแบบสอบถาม ซึ่งแบบสอบถามมี 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าพระราชรัฐ จังหวัดยะลา ประกอบด้วยข้อมูลเพศ อายุ ทำเลที่ตั้ง ระดับการศึกษา รูปแบบการประกอบธุรกิจ ยอดขายผลิตภัณฑ์รวมต่อเดือน และกำไรหรือผลตอบแทนเฉลี่ยรวมต่อเดือน โดยเป็นข้อคำถามแบบปลายปิดชนิดตรวจสอบรายการ (Check-list)

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าพระราชรัฐ จังหวัดยะลา ประกอบด้วยสภาพปัญหาการดำเนินงาน 4 ด้าน ดังนี้ ปัญหาด้านการตลาด ด้านการรับสินค้ามาจำหน่าย ด้านการบริหาร ด้านการเงินและบัญชี โดยเป็นคำถามปลายปิดชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 3 ระดับ แบ่งเป็น ความสำคัญของปัญหาอยู่ในระดับมาก ปานกลาง และระดับน้อย

ตอนที่ 3 ข้อมูลความต้องการเพื่อการพัฒนาของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าพระราชรัฐ จังหวัดยะลา ประกอบด้วยความต้องการ 3 ด้าน อันได้แก่ ความต้องการด้านความรู้ ด้านการพัฒนาอุปกรณ์ และด้านเงินทุน โดยเป็นคำถามปลายปิดชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 3 ระดับ แบ่งเป็น ผู้ประกอบการมีความต้องการระดับมาก ปานกลาง และน้อย

แบบสอบถามดังกล่าว ได้นำไปทดสอบความตรง (Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบโครงสร้างแบบสอบถาม จากนั้นจึงนำมาปรับปรุงข้อคำถามให้มีความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ตรงตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) ถ้าค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (IOC) มากกว่า 0.05 ขึ้นไป แสดงว่าคำถามข้อนั้นมีความตรงเชิงเนื้อหา

จากนั้นจึงนำไปจัดเก็บข้อมูลช่วงการจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง “การยกระดับร้านค้าธงฟ้าพระราชรัฐสู่การเป็นโชห่วยมืออาชีพ” ตามโครงการยกระดับร้านค้าธงฟ้าพระราชรัฐเพื่อรองรับนโยบายผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ซึ่งจัดโดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดยะลาร่วมกับคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ข้อมูลที่ได้ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วน ลงรหัส บันทึก และนำไปประมวลผลเพื่อทำการวิเคราะห์ความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าพระราชรัฐ จังหวัดยะลา อีกทั้งวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลปัญหาและความต้องการเพื่อการพัฒนาของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าพระราชรัฐ จังหวัดยะลา โดยแปลผลดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 2.34-3.00 หมายถึง ความสำคัญของปัญหา /ความต้องการเพื่อการพัฒนาอยู่ในระดับมาก
- ค่าเฉลี่ย 1.67-2.33 หมายถึง ความสำคัญของปัญหา /ความต้องการเพื่อการพัฒนาอยู่ในระดับปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 1.00-1.66 หมายถึง ความสำคัญของปัญหา /ความต้องการเพื่อการพัฒนาอยู่ในระดับน้อย

4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยจำแนกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลปัญหาการดำเนินงาน และข้อมูลความต้องการเพื่อการพัฒนา ของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดยะลา โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นชายและหญิง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36 : 64 อายุเฉลี่ย 30 ปี ด้านการศึกษา พบว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 37.3 มัธยมศึกษาตอนปลาย ร้อยละ 30 และประถมศึกษา ร้อยละ 12 ส่วนรูปแบบร้านค้า พบว่ารูปแบบธุรกิจเจ้าของคนเดียว คิดเป็นร้อยละ 95.3 และกลุ่มผู้ผลิตชุมชน/สหกรณ์ ร้อยละ 2.7 สำหรับยอดขายผลิตภัณฑ์รวมต่อเดือน พบว่ามากกว่า 100,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 18.7 ระดับ 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 16 และระดับต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 11.3 ในส่วนกำไรหรือผลตอบแทนเฉลี่ยรวมต่อเดือน พบว่าต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.7 ระดับ 10,000-20,000 บาท ร้อยละ 26.7 และระดับ 20,001-30,000 บาท ร้อยละ 12

4.2 ข้อมูลปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดยะลา

ตารางที่ 1 ระดับปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดยะลา

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดยะลา		Mean	SD.	ระดับปัญหา
ด้านการตลาด				
1	สินค้าไม่น่าสนใจ ขาดเอกลักษณ์เฉพาะที่แตกต่างจากผู้ประกอบการอื่น	1.86	0.50	ปานกลาง
2	สินค้าด้อยคุณภาพ	1.67	0.59	ปานกลาง
3	สินค้าไม่หลากหลาย	1.90	0.57	ปานกลาง
4	บรรจุภัณฑ์ไม่น่าสนใจ	1.75	0.54	ปานกลาง
5	ราคาขายไม่เหมาะสม (ถูกไป/สูงไป)	1.95	0.56	ปานกลาง
6	ช่องทางการจำหน่ายมีน้อย ไม่หลากหลาย	1.95	0.62	ปานกลาง
7	ไม่ได้รับความร่วมมือจากคนกลาง/เครือข่ายจำหน่าย	1.94	0.63	ปานกลาง
8	ขาดการโฆษณา/ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์หรือธุรกิจ	1.98	0.68	ปานกลาง
9	ขาดการส่งเสริมการขาย (ลด/แจก/แถม) หรือการส่งเสริมการขายไม่น่าสนใจ	1.86	0.71	ปานกลาง
10	ขาดพนักงานขายที่มีความชำนาญด้านการขาย	1.92	0.62	ปานกลาง
ภาพรวม		1.87	0.60	ปานกลาง

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการค้าปลีก ธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดยะลา		Mean	SD.	ระดับปัญหา
ด้านการรับสินค้ามาจำหน่าย				
1	ขาดการคาดการณ์/การพยากรณ์ความต้องการของลูกค้า	1.99	0.64	ปานกลาง
2	ขาดความรวดเร็วของการสั่งซื้อสินค้า	1.87	0.64	ปานกลาง
3	จัดเก็บวัตถุดิบไม่ถูกวิธี/ไม่เหมาะสม	1.74	0.62	ปานกลาง
4	ขาดความรวดเร็วของการนำสินค้าขึ้นบนชั้นวางหรือ วางขาย	1.83	0.59	ปานกลาง
5	ขาดการบริหารสินค้าคงคลัง	1.95	0.66	ปานกลาง
ภาพรวม		1.87	0.75	ปานกลาง
ด้านการเงินและบัญชี				
1	ขาดแหล่งเงินทุนและความสามารถในการเข้าถึงแหล่ง เงินทุน	2.23	0.71	ปานกลาง
2	ขาดเงินทุนหมุนเวียน	2.29	0.71	ปานกลาง
3	ขาดความรู้ในการบริหารเจ้าหนี้/ลูกหนี้ที่มีประสิทธิภาพ	2.09	0.62	ปานกลาง
4	ขาดความรู้ด้านการจัดทำบัญชีและงบการเงินที่ถูกต้อง	2.12	0.67	ปานกลาง
5	ขาดความรู้ด้านการวิเคราะห์ต้นทุน	2.16	0.60	ปานกลาง
6	ขาดการวางแผนการวิเคราะห์ผลกำไรหรือขาดทุนจาก การดำเนินงาน	2.11	0.60	ปานกลาง
ภาพรวม		2.16	0.65	ปานกลาง
ด้านการบริหาร				
1	ไม่มีการวางแผนการดำเนินงานไว้ล่วงหน้า	1.95	0.61	ปานกลาง
2	ไม่สามารถทำงานตามแผนที่วางไว้ได้	1.99	0.60	ปานกลาง
3	ขาดการนำนวัตกรรมทางด้านการบริหารสมัยใหม่เข้ามา ใช้	2.09	0.61	ปานกลาง
4	ขาดการประสานงานที่ดีภายในกลุ่ม	2.05	0.67	ปานกลาง
5	ประสิทธิภาพในการทำงานของสมาชิกมีน้อย	1.97	0.60	ปานกลาง
6	ความรู้ความสามารถของสมาชิกไม่ตรงกับงานที่ทำ	1.93	0.59	ปานกลาง
7	ผู้บริหารขาดภาวะ การเป็นผู้นำ	1.83	0.54	ปานกลาง
8	ขาดการตรวจสอบและการประเมินผลการทำงานของ สมาชิก	1.94	0.62	ปานกลาง
ภาพรวม		1.96	0.60	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 ระดับปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าพระราชัฐ จังหวัดยะลา พบข้อมูลเป็นดังนี้ ปัญหาด้านการเงินและบัญชี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับของปัญหา ได้ดังนี้ ปัญหาด้านการเงินและบัญชี (Mean = 2.16) ปัญหาด้านการบริหาร (Mean = 1.96) ด้านการรับสินค้ามาจำหน่าย (Mean = 1.87) และ ปัญหาด้านการตลาด (Mean = 1.87) ตามลำดับ

4.3 ข้อมูลความต้องการเพื่อการพัฒนาของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าพระราชัฐ จังหวัดยะลา

ตารางที่ 3 ระดับความต้องการเพื่อการพัฒนาของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าพระราชัฐ จังหวัดยะลา

ความต้องการเพื่อการพัฒนาของผู้ประกอบการค้าปลีก ธงฟ้าพระราชัฐ จังหวัดยะลา		Mean	SD.	ระดับความ ต้องการเพื่อการพัฒนา
ด้านความรู้				
1	การตลาด	2.37	0.66	มาก
2	การรับสินค้ามาจำหน่าย	2.37	0.61	มาก
3	การเงินและบัญชี	2.36	0.71	มาก
4	บุคคล/กลุ่ม	2.25	0.71	ปานกลาง
5	การบริหาร/การจัดการ	2.35	0.68	มาก
6	แผนธุรกิจ	2.29	0.66	ปานกลาง
ภาพรวม		2.33	0.67	ปานกลาง
ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์/อุปกรณ์				
1	การพัฒนาผลิตภัณฑ์/นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	2.19	0.61	ปานกลาง
2	การพัฒนาบรรจุภัณฑ์	2.22	0.61	ปานกลาง
3	การพัฒนาระบบร้านค้าให้ได้มาตรฐาน	2.35	0.62	มาก
4	การพัฒนาเครื่องมืออุปกรณ์การขาย	2.23	0.67	ปานกลาง
5	การพัฒนาความเป็นผู้นำ/ทักษะการบริหาร	2.28	0.61	ปานกลาง
ภาพรวม		2.25	0.62	ปานกลาง
ด้านเงินทุน				
1	เงินทุนเพื่อใช้ในการหมุนเวียนในการดำเนินธุรกิจ	2.33	0.63	ปานกลาง
2	เงินทุนเพื่อใช้ในการขยายกิจการ	2.35	0.63	มาก
ภาพรวม		2.34	0.63	มาก

จากตารางที่ 2 ความต้องการเพื่อการพัฒนาของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าพระราชัฐ จังหวัดยะลา อยู่ระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับความต้องการได้ดังนี้ ความต้องการด้านเงินทุน (Mean = 2.34) ด้านความรู้ (Mean = 2.33) และ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์/อุปกรณ์ (Mean = 2.25) ตามลำดับ

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1.1 สรุป และอภิปรายผล

1. ปัญหาการดำเนินงานของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดยะลา ซึ่งพบข้อมูลส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ทั้งปัญหาด้านการเงินและบัญชี ปัญหาด้านการบริหาร ปัญหาด้านการตลาด และปัญหาการรับสินค้ามาจำหน่าย ทั้งนี้เพราะโครงการร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ ในปีที่ผ่านมา เป็นปีแรกของการดำเนินงาน จึงยากแก่การเปรียบเทียบถึงประสิทธิผลของการดำเนินงาน ผู้ประกอบการจึงเน้นให้ความสำคัญของปัญหาระดับปานกลางเป็นหลัก ผลดังกล่าวจะแตกต่างจากงานวิจัยของ สุจินดา เจียมศรีพงษ์ (2554) ที่วิจัยพบว่าปัญหาและอุปสรรคหลักของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) ได้แก่ ประเภทสินค้ามีไม่หลากหลาย ขาดการจัดสินค้าให้เป็นระบบ ไม่มีป้ายบอกราคาที่แน่นอนชัดเจน ราคาสินค้าสูงกว่าในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ และไม่ให้เสรีภาพในการเดินเลือกซื้อสินค้า ทำให้ความต้องการซื้อสินค้าของลูกค้าลดลง ซึ่งเมื่อวิเคราะห์แล้ว จะเห็นได้ว่าปัญหาดังกล่าว ส่วนใหญ่จัดเป็นปัญหาด้านการตลาด ที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพอใจ จึงส่งผลต่อการดำเนินงานของธุรกิจที่สุดในที่สุด

2. ความต้องการ เพื่อการพัฒนาของผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐ จังหวัดยะลา ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการมีความต้องการด้านเงินทุนอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ความต้องการด้านความรู้ และความต้องการด้านการพัฒนาอุปกรณ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้เพราะความต้องการด้านเงินทุนสัมพันธ์โดยตรงต่อการทำกำไร อีกทั้งช่วยให้ผู้ประกอบการมีอิสระในการตัดสินใจดำเนินงานธุรกิจมากกว่า ผลการวิจัยจะแตกต่างกับงานวิจัยของ ภาวัต ธนสารแสนล้าน (2557) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจมีความต้องการเกี่ยวกับทักษะในการประกอบธุรกิจและความต้องการเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพอยู่ในระดับมากทุกด้าน ซึ่งผลที่ได้แตกต่างจากงานวิจัยนี้ อาจเป็นเพราะสถานการณ์ปัจจุบันสภาพการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการจึงต้องการความรู้และทักษะในการปรับตัวนำพาธุรกิจให้อยู่รอดได้เป็นหลัก

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. โครงการร้านค้าธงฟ้าประชารัฐ ในส่วนของภาครัฐควรเปิดโอกาสให้ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมท้องถิ่นเท่านั้น ที่สามารถเข้าร่วมโครงการ จำหน่ายสินค้าให้แก่ประชาชนผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ไม่ควรเปิดโอกาสให้ร้านค้าปลีกสมัยใหม่เข้าร่วมโครงการด้วย มิฉะนั้นจะนำไปสู่วังวน ปัญหาเดิม ที่ลูกค้าให้ความสนใจร้านค้าปลีกสมัยใหม่มากกว่า จนไม่สนใจที่จะใช้บริการร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมท้องถิ่น

2. ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมจำเป็นต้องมีการปรับตัว เพราะการรอแต่การพึ่งพาจะภาครัฐจะไม่สามารถทำให้แข่งขันได้ในระยะยาว จุดเด่นของร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมคือการรู้จักกับคนในชุมชน มีความสนิทสนมสัมพันธ์มากกว่า ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ การหมั่นทบทวนจุดอ่อนของตนและพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอ ก็จะทำให้ร้านค้าปลีกสามารถมีอัตราการคงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยนี้เน้นศึกษาจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้ประกอบการค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐเท่านั้น จึงมีข้อเสนอแนะให้มีการศึกษาถึงความต้องการเพื่อการพัฒนาที่มีต่อร้านค้าปลีกธงฟ้าประชารัฐจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นประชาชนผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐร่วมด้วย ซึ่งจะช่วยให้ได้คำตอบถึงทิศทางการพัฒนาที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้านักค้ามากยิ่งขึ้น
2. งานวิจัยดังกล่าวศึกษาแต่การวิจัยเชิงปริมาณ และใช้แต่สถิติพรรณนาเท่านั้น ผู้สนใจอาจจะต่อยอดโดยการใช้สถิติสรุปอ้างอิง หรืออาจทำวิจัยแบบผสมวิธี โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเพิ่มเติม ก็จะทำให้ได้ข้อค้นพบที่มีมิติชัดเจนขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กองบริหารการพาณิชย์ภูมิภาค.(2561). รายงานและสถิติ. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 29 พฤศจิกายน 2561, จาก http://www.ops.moc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=3206
- ภวัต ธารสารแสนล้าน. (2558). การพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อมในจังหวัดปทุมธานี. วารสารบัณฑิตศึกษา : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. 8 (2) : 74-86.
- นภัทร ไตรเจตน์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) กรณีศึกษาในตลาดไท ปทุมธานี. ปรินฤณานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2562). ร้านธงฟ้าประชารัฐ กระตุ้นเศรษฐกิจ 2 หมื่นล้านบาท. [[ออนไลน์] ค้นเมื่อ 29 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://www.prachachat.net/economy/news-156773>.
- วัชระ ขาวสังข์ เพ็ญญา เกื้อเกตุ แวอาชีวะ ดาหะยี, ศุภาวิณี กิติวินิต และโซฟีร์ หะยียูโซ๊ะ (2559). ปัญหาและความต้องการเพื่อพัฒนากลุ่มเบเกอร์รี่ ตำบลท่าสาป จังหวัดยะลา. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 1 “สร้างเสริมสหวิทยาการ ผสมผสานวัฒนธรรมไทย ก้าวอย่างมั่นใจเข้าสู่ AC”. อุบลราชธานี: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชธานี. 1240-1250.
- สุจินดา เจียมศรีพงษ์. (2554). ธุรกิจค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) : ปัญหาและแนวทางแก้ไข. วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์. 6 (1) : 9-23.
- สุวิมล แม้นจริง. (2546). การจัดการการตลาด. กรุงเทพมหานคร : เอช. เอ็น. กรุ๊ป.
- อังสนา ประสี และขจรวรรณ อธิรัตน์. (2555). ปัญหาการดำเนินงานและความต้องการการสนับสนุนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในจังหวัดนครสวรรค์. วารสารการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. 5 (1) : 82-96.

ทัศนคติของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์

Students' Attitudes towards Selling Products via Social Media

ธนัญชนก เบ็ญโสภา¹ และคณะ²
(Thananchanok Bensoh et al.)

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือ 1) เพื่อศึกษาทัศนคติของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และ 2) เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติของนักศึกษา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1-4 ในมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มหาวิทยาลัยทักษิณ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำนวน 600 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ค่าสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) เมื่อกลุ่มที่ทดสอบมีความแปรปรวนเท่ากันและ Dunnett's T3 เมื่อกลุ่มที่ทดสอบมีความแปรปรวนไม่เท่ากัน

ผลการศึกษาพบว่าทัศนคติของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในด้านอารมณ์ความรู้สึก ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านแนวโน้มการแสดงพฤติกรรมอยู่ในระดับมาก ยิ่งไปกว่านั้น ทัศนคติรวมของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ก็อยู่ในระดับมาก ส่วนผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักศึกษาที่มีเพศ อายุ ประสบการณ์การซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มหาวิทยาลัย คณะ และชั้นปีที่ต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ในขณะที่นักศึกษาที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ: ทัศนคติของนักศึกษา สื่อสังคมออนไลน์ การขายสินค้า

¹นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา 90000

²คณะผู้วิจัยประกอบด้วย 1. ปวีณา พิซพงษ์ 2. วัชรคุปต์ หิมสุหรี 3. สาทิตา แกสมาน

(นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา)

Bachelor of Business Administration (Management), Faculty of Management Sciences, Songkhla Rajabhat University 90000

ภายใต้การควบคุมของ ดร.สุธีรา เดชนครินทร์ (อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา)

Corresponding author: yuy_342@hotmail.com

ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to study students' attitudes towards selling products through social media and 2) to compare students' attitudes which classified to the personal factors. A sample was 600 first-to-fourth year students from Songkhla Rajabhat University, Thaksin University and Rajamangala University of Technology Srivijaya. The questionnaire as a tool was used to collect data. Statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, independent sample t-test, One Way ANOVA and pairwise comparison by Fisher's Least Significant Difference (LSD) if the variances of the groups were equal and Dunnett's T3 if the variances of the groups were not equal.

The results found that the affective, cognitive and behavioral components of students' attitude towards selling products through social media were at a high level. Moreover, the overall attitudes of students towards selling products via social media were at a high level. The results of hypotheses testing revealed that the students with different gender, age, experience of goods purchasing via social media, university, faculty and academic year had statistical difference in the attitudes towards selling products through social media, while the students with different the monthly income had no statistical difference in the attitudes towards selling products through social media.

Keywords: Student attitudes, social media, selling products

Article history:

Received 11 May 2019

Revised 6 June 2019

Accepted 9 June 2019

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. บทนำ

ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีส่งผลให้เกิดเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social media) จากการสำรวจการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ในปี พ.ศ. 2561 คนไทยใช้ Youtube เฟสบุ๊ก และไลน์ มากกว่าร้อยละ 95 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยกำลังเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคดิจิทัลมากขึ้น (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562 ก) ยิ่งไปกว่านั้น การเติบโตของสื่อสังคมออนไลน์ยังส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์อีกด้วย ซึ่งจะเห็นได้จากมูลค่าของการซื้อขายสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในปี 2561 มีมูลค่าสูงถึง 1.7 ล้านล้านบาท ซึ่งเติบโตจากปี พ.ศ. 2560 ถึง ร้อยละ 14 (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562 ข) จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความท้าทายของผู้ประกอบการในการหาโอกาส

ขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้โดยตรงและรวดเร็ว ตลอดจนไม่มีการขายสินค้าผ่านพ่อค้าคนกลาง อีกทั้งยังสามารถขายสินค้าไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ (วิภาวรรณ มโนปราโมทย์, 2556)

การส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการให้แก่นักศึกษาในระดับปริญญาตรีกลายเป็นประเด็นที่มีความสำคัญมากในยุคปัจจุบัน ทั้งนี้เป็นเพราะผู้ประกอบการคือตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ ตลอดจนสามารถสร้างโอกาสในการจ้างงานให้กับคนอื่น ๆ ได้อีกจำนวนมาก ยิ่งไปกว่านั้น การเป็นผู้ประกอบการในปัจจุบันก็ไม่ใช่ว่าเรื่องยุ่งยากและซับซ้อนเมื่อเทียบกับสมัยก่อน เพียงแค่มีความคิดสร้างสรรค์และระบบอินเทอร์เน็ตก็สามารถทำให้ทุกคนเป็นผู้ประกอบการรายใหม่ได้อย่างไม่ยาก (ฉวีวงศ์ บวรเกียรติขจร, 2560) โดยในแต่ละมหาวิทยาลัยพยายามสร้างหลักสูตรเพื่อตอบสนองต่อการสร้างผู้ประกอบการรายใหม่ภายใต้โมเดลไทยแลนด์ 4.0 แต่ละมหาวิทยาลัยจึงให้ความสำคัญกับกระบวนการจัดการศึกษาที่ส่งเสริมให้นักศึกษาสามารถพัฒนาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการได้อย่างเต็มที่ ตลอดจนกรรมการหลักสูตรและผู้สอนในรายวิชาต่าง ๆ พยายามออกแบบเนื้อหาและกิจกรรมการสอนให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป รวมทั้งต้องสอดคล้องตามความสนใจและความถนัดของผู้เรียน เพราะผู้เรียนแต่ละคนมีความต้องการเรียนแตกต่างกันตามการอบรมเลี้ยงดูของพ่อแม่และญาติพี่น้อง อีกทั้งความสามารถในการเรียนและความต้องการประสบความสำเร็จก็ยังคงแตกต่างกันอีกด้วย (พรรณสิยา นิธิกิตต์สุขเกษม และ บุญทวารณ วิงวอน, 2561) จึงเป็นความท้าทายสำหรับมหาวิทยาลัยและอาจารย์ในการออกแบบหลักสูตรการสร้างผู้ประกอบการที่สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

จากข้อมูลข้างต้นไม่ว่าจะเป็นการก้าวสู่สังคมดิจิทัล อีกทั้งพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้น ตลอดจนการส่งเสริมการเป็นผู้ประกอบการในยุค 4.0 ของหน่วยงานรัฐบาล ทำให้ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญของการออกแบบหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการและการเปลี่ยนแปลงข้างต้น จึงสนใจที่จะการศึกษาทัศนคติของนักศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อต้องการทราบแนวโน้มการยอมรับของนักศึกษาเกี่ยวกับการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ว่าจะสามารถเป็นทางเลือกหนึ่งในการประกอบอาชีพในอนาคตนอกเหนือจากการเลือกทำงานในองค์กรต่าง ๆ โดยทำการศึกษาผ่านองค์ประกอบของทัศนคติสามด้าน ได้แก่ ด้านอารมณ์ความรู้สึก ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านพฤติกรรมหรือแนวโน้มในการแสดงออก ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จะช่วยให้มหาวิทยาลัยและอาจารย์สามารถสร้างหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของนักศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการในยุคที่ธุรกิจการค้าออนไลน์เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์
2. เพื่อเปรียบเทียบทัศนคติของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แยกตาม เพศ อายุ รายได้ ประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มหาวิทยาลัยที่ศึกษา คณะที่ศึกษา และชั้นปีที่ศึกษา

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาศึกษาทัศนคติของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามประเด็นดังต่อไปนี้

2.1 สื่อสังคมออนไลน์

หมายถึง สื่อหรือช่องทางที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายกับลูกค้าผ่านกิจกรรมการแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร แนวคิด ตลอดจนความรู้สึกเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่มีความสนใจร่วมกัน (Calvin et al., 2018) โดยอาศัยระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และโทรศัพท์มือถือ เช่น เฟสบุ๊ก ไลน์ และอินสตาแกรม เป็นต้น

2.2 ทัศนคติ

ทัศนคติของนักศึกษาสำหรับการศึกษาในครั้งนี้ หมายถึง ความรู้สึกภายในของนักศึกษาต่อการประกอบอาชีพในอนาคต โดยถ้านักศึกษารู้ว่าการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์จะนำมาซึ่งรายได้และผลประโยชน์ต่าง ๆ เมื่อพวกเขาสำเร็จการศึกษา นักศึกษาก็อาจมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติในทางบวกต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (ณัฐวดี วิเศษ, 2561; Pulka, Amimu, & Rikwentishe, 2015)

2.3 องค์ประกอบของทัศนคติ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของทัศนคติสามารถสรุปได้ว่า ทัศนคติประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ (Pulka, Rikwentishe, & Ibrahim, 2014; Rudhumbu et al., 2016) ดังนี้

1) *ด้านอารมณ์ความรู้สึก* หมายถึง ปฏิกริยาทางอารมณ์และความรู้สึกของนักศึกษาที่มีต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ยังเป็นความปรารถนาของนักศึกษาที่เกิดจากอารมณ์ความรู้สึกซึ่งอาจจะเป็นความรู้สึกทั้งในเชิงบวกหรือเชิงลบที่มีต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ก็ได้ โดยมีต้นเหตุมาจากความสนใจและความพึงพอใจต่อการขายสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ รวมทั้งความท้าทายซึ่งเป็นแรงจูงใจภายในของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในอนาคต

2) *ด้านความรู้ความเข้าใจ* หมายถึง ความรู้ความเข้าใจของนักศึกษาเกี่ยวกับการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับมาจากประสบการณ์ในอดีตผสมผสานกับข้อมูลกับแหล่งอื่น เช่น ครอบครัว

เพื่อน รวมทั้งกลุ่มอ้างอิง เป็นต้น จนกลายเป็นความเชื่อ ซึ่งความเชื่อนี้อาจจะถูกต้องหรือไม่ถูกต้อง จริงหรือไม่จริงก็ได้ เป็นเพียงแค่ความเชื่อของนักศึกษาแต่ละคนเท่านั้น กล่าวคือ หากนักศึกษาเชื่อว่าการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์สามารถสร้างโอกาสในการเป็นผู้ประกอบการ สามารถสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ และมีทักษะในการขายสินค้าเพิ่มขึ้น รวมทั้งสามารถสร้างความสำเร็จให้แก่นักศึกษาได้ในอนาคต ความรู้ความเข้าใจเหล่านี้มีแนวโน้มที่จะทำให้นักศึกษาพัฒนาตัวเองไปสู่การเป็นผู้ประกอบการได้ในอนาคต

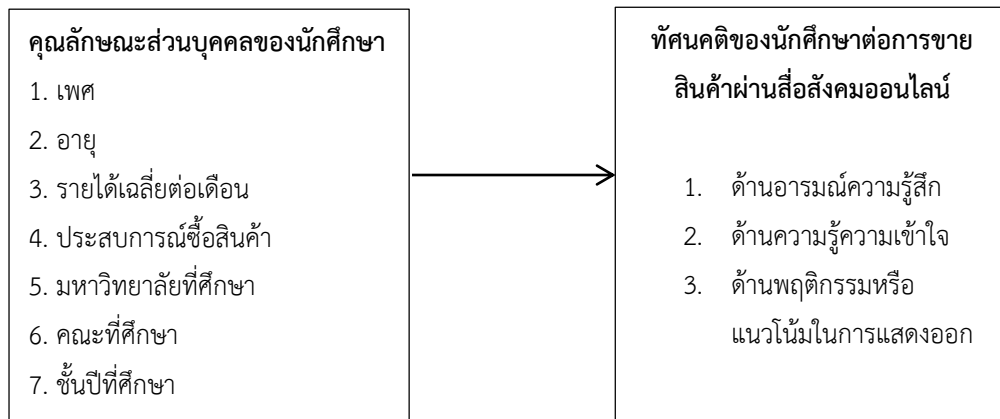
3) *ด้านพฤติกรรมหรือแนวโน้มการแสดงออก* หมายถึง วิธีที่นักศึกษาจะตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการกระทำ โดยจะแสดงให้เห็นถึงความเต็มใจของนักศึกษาต่อแนวโน้มการเกิดพฤติกรรมการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งประกอบด้วย ความตั้งใจและมุ่งมั่นที่จะเป็นผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ในอนาคตหลังสำเร็จการศึกษา ตลอดจนความเต็มใจที่จะยอมรับการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาในอนาคต

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Pulka et al. (2014) ศึกษาทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยในประเทศไนจีเรีย ด้านอารมณ์ความรู้สึก ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านพฤติกรรมหรือแนวโน้มในการแสดงออกต่อการเป็นผู้ประกอบการเป็นรายองค์ประกอบและทัศนคติรวม ผลการศึกษานี้ค้นพบว่านักศึกษาประมาณ 82.12% มีทัศนคติในทางที่ดีต่อการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้เป็นเพราะนักศึกษารับรู้ว่าการเป็นผู้ประกอบการและการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการจะสามารถช่วยให้นักศึกษาประสบความสำเร็จในอนาคต นักศึกษาจึงมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติในทางบวกต่อการศึกษาดังกล่าว ส่วนการศึกษาของ Rudhumbu et al. (2016) ค้นพบว่าเพศ สาขาวิชา และอายุที่ต่างกันจะมีทัศนคติต่อการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้เพราะนักศึกษาหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการมีความเชื่อว่าการศึกษามีเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการทำให้พวกเขามีทักษะและความรู้เพียงพอที่จะเริ่มต้นธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งเป็นสัญญาณบ่งบอกว่านักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อการศึกษาการเป็นผู้ประกอบการ

จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทัศนคติของนักศึกษาต่อการเป็นผู้ประกอบการพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อการศึกษาเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการทั้งด้านอารมณ์ความรู้สึก ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านแนวโน้มในการแสดงออก แต่งานวิจัยส่วนใหญ่ยังไม่ได้ศึกษาทัศนคติของนักศึกษาต่อการเป็นผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล เช่น การขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เป็นต้น การศึกษาในครั้งนี้จึงสนใจที่จะศึกษาทัศนคติของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสะท้อนให้เห็นถึงทัศนคติของนักศึกษาที่จะเป็นผู้ประกอบการในยุคที่เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารหรือแนวโน้มการยอมรับของนักศึกษาเกี่ยวกับการเลือกขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นอาชีพในอนาคตหลังจากสำเร็จการศึกษา

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method)

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 1-4 ในมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มหาวิทยาลัยทักษิณ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จำนวน 27,350 คน (มหาวิทยาลัยทักษิณ, 2562; มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, 2562; มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, 2562) การกำหนดขนาดตัวอย่าง ใช้โปรแกรม G*Power (อวิชชัย วรพงศธร และ สุรีย์พันธุ์ วรพงศธร, 2561) โดยกำหนดค่านัยสำคัญความผิดพลาด (α error probability) เท่ากับ 0.05 กำหนดค่าอำนาจการทดสอบ (Power: $1-\beta$ error probability) เท่ากับ 0.90 และกำหนดขนาดของอิทธิพล (Effect size f^2) เท่ากับ 0.15 จากการคำนวณด้วยโปรแกรมจะได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 567 กลุ่มตัวอย่าง แต่ผู้วิจัยเลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 600 ตัวอย่าง จากนั้นสุ่มตัวอย่างแบบสองขั้นตอน (Two-stage sampling) ขั้นแรกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา 200 คน 2) นักศึกษามหาวิทยาลัยทักษิณ 200 คน และ 3) นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย 200 คน โดยในแต่ละมหาวิทยาลัยจะแยกเก็บข้อมูลจากนักศึกษาที่ศึกษาในคณะที่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจ/การจัดการ 100 คน และนักศึกษาที่ศึกษาในคณะที่ไม่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจ/การจัดการ 100 คน จากนั้นในขั้นที่สองใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อให้ได้มาซึ่งขนาดตัวอย่างตามที่กำหนดไว้

3.2 ตัวแปรที่ศึกษา แบ่งเป็นตัวแปรต้น ได้แก่ คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษา ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ ประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มหาวิทยาลัยที่ศึกษา คณะที่ศึกษา และ ชั้นปีที่ศึกษา ส่วนตัวแปรตาม คือ ทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งแยกตาม

องค์ประกอบของทัศนคติ ได้แก่ ด้านอารมณ์ความรู้สึก ความรู้ความเข้าใจ และด้านพฤติกรรมหรือแนวโน้มในการแสดงออก

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) พัฒนาขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติของนักศึกษา โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักศึกษา มีลักษณะเป็นแบบคำถามปลายปิดเลือกตอบเพียงข้อเดียว (Check One Choice Questions) และคำถามปลายเปิด (Open-ended Questions) ในส่วนนี้มีคำถามจำนวน 7 ข้อ

ส่วนที่ 2 ทัศนคติของนักศึกษาที่มีต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ผู้วิจัยได้ปรับปรุงข้อคำถามจากงานวิจัยของ Pulka et al. (2014) และ Rudhumbu et al. (2016) เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่ ระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ระดับ 2 หมายถึง ค่อนข้างไม่เห็นด้วย ระดับ 3 หมายถึง เฉยๆ/ไม่แน่ใจ ระดับ 4 หมายถึง ค่อนข้างเห็นด้วย และระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ในส่วนนี้มีคำถามจำนวน 12 ข้อ โดยแบ่งเป็น 1) คำถามด้านอารมณ์ความรู้สึก จำนวน 4 ข้อ 2) คำถามด้านความรู้ความเข้าใจ จำนวน 4 ข้อ และ 3) คำถามด้านพฤติกรรมหรือแนวโน้มในการแสดงออก จำนวน 4 ข้อ

3.4 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ เป็นการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) โดยใช้ค่า IOC (Index of Item-Objective Congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เมื่อผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยนำคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าความสอดคล้อง โดยพิจารณาคัดเลือกข้อคำถามที่มีดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.67 ขึ้นไป (บุญใจ ศรีสถิตยัณราภูร, 2555) และได้นำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามเพื่อให้เครื่องมือมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับบุคคลที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ซึ่งได้แก่ นักศึกษามหาวิทยาลัยในอำเภอหาดใหญ่ จำนวน 30 ชุด เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัก (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งทัศนคติแต่ละด้านและทัศนคติรวมมีค่าความเชื่อมั่น ดังนี้ 1) ด้านอารมณ์ความรู้สึก = 0.731 2) ด้านความรู้ความเข้าใจ = 0.760 และ 3) ด้านพฤติกรรมหรือแนวโน้มในการแสดงออก = 0.900 และทัศนคติรวมมีค่าความเชื่อมั่น = 0.893 แสดงว่าคุณภาพของเครื่องมือด้านความเชื่อมั่นผ่านเกณฑ์อย่างน้อย 0.7 (บุญใจ ศรีสถิตยัณราภูร, 2555) สามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

3.5 วิธีการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยเดินทางไปเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา มหาวิทยาลัยทักษิณ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ตั้งแต่วันที่ 21-28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 ได้แบบสอบถามที่มีสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลได้จำนวน 600 ชุด

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และ 2) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบสมมติฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบ คือ ค่าสถิติเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่าง

สองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent t-test) และค่าสถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) โดยจะทำการทดสอบความแปรปรวนจากตาราง Homogeneity of Variances ถ้าพบว่าความแปรปรวนเท่ากันทุกกลุ่มจะทดสอบด้วยความแตกต่าง F-test แต่ถ้าความแปรปรวนไม่เท่ากันทุกกลุ่ม ผู้วิจัยจะทดสอบความแตกต่างด้วย Brown Forsythe และถ้าผลการทดสอบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติพบว่ามีความแตกต่าง ผู้วิจัยทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไปเพื่อดูว่ามีคู่ใดที่แตกต่างกันโดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dunnett's T3 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2554)

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

จากการศึกษาทัศนคติของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 600 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุน้อยกว่า 20 ปี รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ 5,001-10,000 บาท มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่า 5 ปี ส่วนใหญ่ศึกษาอยู่ในชั้นปีที่ 2

4.2 ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ด้านอารมณ์ความรู้สึก ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านพฤติกรรมหรือแนวโน้มในการแสดงออก และทัศนคติรวม

ทัศนคติรวมของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.09) โดยมีทัศนคติด้านอารมณ์ความรู้สึกมากที่สุด (\bar{X} = 4.13) รองลงมา คือ ทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ (\bar{X} = 4.08) และมีทัศนคติด้านพฤติกรรมหรือแนวโน้มในการแสดงออกน้อยที่สุด (\bar{X} = 4.06) โดยรายละเอียดสามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของทัศนคติของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ทัศนคติของนักศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
1. ทัศนคติด้านอารมณ์ความรู้สึก		
1.1 ท่านคิดว่าการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้นเป็นสิ่งที่น่าสนใจ	4.33	0.835
1.2 ท่านคิดว่าการได้ประกอบธุรกิจขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์จะทำให้ท่านเกิดความพึงพอใจในตนเอง	4.18	0.688
1.3 ท่านคิดว่าการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้นเป็นเรื่องที่ไม่ยากเกินไป	4.05	0.660
1.4 ท่านอยากมีธุรกิจขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นของตัวเอง	3.97	0.751
รวมทัศนคติด้านอารมณ์ความรู้สึก	4.13	0.565

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ทัศนคติของนักศึกษา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. ทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ		
2.1 การขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์จะทำให้ท่านรับรู้ถึงโอกาสในการประกอบธุรกิจ	4.27	0.864
2.2 การขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์จะทำให้ท่านสามารถสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ	4.11	0.694
2.3 การขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์จะทำให้ท่านมีทักษะในการสร้างธุรกิจใหม่	4.00	0.614
2.4 การขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้ท่านประสบความสำเร็จในการสร้างธุรกิจใหม่	3.95	0.702
รวมทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ	4.08	0.559
3. ทัศนคติด้านพฤติกรรมหรือแนวโน้มในการแสดงออก		
3.1 ท่านมีความตั้งใจที่จะเริ่มประกอบธุรกิจขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในอนาคต	4.25	0.981
3.2 ท่านมีความมุ่งมั่นที่จะขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในอนาคต	4.10	0.773
3.3 การขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นตัวเลือกอาชีพที่น่าสนใจของท่าน	4.03	0.687
3.4 ท่านมีแนวโน้มที่จะขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าการทำงานประจำ	3.86	0.808
รวมทัศนคติด้านพฤติกรรมหรือแนวโน้มในการแสดงออก	4.06	0.665

4.3 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานสามารถแสดงผลได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ค่าสถิติทดสอบ	p-value	ผลการวิเคราะห์
สมมติฐานที่ 1: เพศต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน	t -2.740**	0.004	แตกต่างกัน
สมมติฐานที่ 2: อายุต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน	t -1.984*	0.048	แตกต่างกัน
สมมติฐานที่ 3: รายได้ต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน	t -0.662	0.508	ไม่แตกต่างกัน
สมมติฐานที่ 4: ประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน	F 42.647***	0.000	แตกต่างกัน
สมมติฐานที่ 5: มหาวิทยาลัยต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน	F 9.030***	0.000	แตกต่างกัน
สมมติฐานที่ 6: คณะต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน	t -6.417***	0.000	แตกต่างกัน
สมมติฐานที่ 7: ชั้นปีที่ศึกษาต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน	F 3.234*	0.022	แตกต่างกัน

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05; ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01; *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

การทดสอบสมมติฐานสามารถสรุปผลได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 เพศต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ทดสอบด้วยการเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า นักศึกษาที่มีเพศต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 2 อายุต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ทดสอบด้วยการเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า นักศึกษาที่มีอายุต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 รายได้แตกต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ทดสอบด้วยการเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า นักศึกษาที่มีรายได้ต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ Dunnett's T3 ผลการวิเคราะห์พบว่า ประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

สมมติฐานที่ 5 มหาวิทยาลัยต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ Dunnett's T3 ผลการวิเคราะห์พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

สมมติฐานที่ 6 คณะต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ทดสอบด้วยการเปรียบเทียบกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาในคณะต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

สมมติฐานที่ 7 ชั้นปีที่ศึกษาต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน ทดสอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของ Dunnett's T3 ผลการวิเคราะห์พบว่า นักศึกษาที่ศึกษาในชั้นปีที่ต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1.1 ทัศนคติของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์

ทัศนคติรวมของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์อยู่ในระดับมาก โดยมีทัศนคติด้านอารมณ์ความรู้สึกมากที่สุด รองลงมา คือ ทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ และมีทัศนคติด้านพฤติกรรมหรือแนวโน้มในการแสดงออกน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่านักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อการขายสินค้าผ่าน

สื่อสังคมออนไลน์ หรืออาจกล่าวได้ว่านักศึกษาที่มีแนวโน้มยอมรับการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นอาชีพในอนาคต ทั้งนี้เป็นเพราะโครงสร้างตลาดในสื่อสังคมออนไลน์มีผู้ซื้อและผู้ขายจำนวนมาก สามารถเข้าสู่ตลาดได้ง่าย รวมทั้งผู้ขายไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน (ฉวีวงศ์ บวรเกียรติขจร, 2560) ซึ่งคล้ายคลึงกับการศึกษาของ ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์ (2554) ที่ค้นพบว่าทัศนคติของนักศึกษาต่อการเปิดรับสื่อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ผลของการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับงานของ Pulka et al. (2015) ที่ค้นพบว่า นักศึกษาในประเทศไนจีเรียมีทัศนคติในทางบวกต่อการศึกษากิจการเป็นผู้ประกอบการถึง 82.12% โดยมีทัศนคติด้านอารมณ์ความรู้สึก 83.34% ทัศนคติด้านความรู้ความเข้าใจ 84.31% และทัศนคติด้านพฤติกรรม 78.72% ซึ่งทัศนคติที่ดีทั้งสามองค์ประกอบจะช่วยเพิ่มความตั้งใจของนักศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต

5.1.2 เปรียบเทียบทัศนคติของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์จำแนกตามเพศ อายุ รายได้ ประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ มหาวิทยาลัยที่ศึกษา คณะที่ศึกษา และชั้นปีที่ศึกษา โดยแยกอภิปรายเป็นรายสมมติฐานได้ดังนี้

1) เพศ ต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยเพศหญิงมีทัศนคติในทางบวกต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าเพศชาย หรืออาจกล่าวได้ว่าเพศหญิงมีการยอมรับการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นอาชีพในอนาคตมากกว่าเพศชาย ทั้งนี้เพราะเพศหญิงมีทัศนคติ และค่านิยมแตกต่างจากเพศชาย โดยเฉพาะเรื่องการสร้างโอกาสในการทำธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ญัฐวุฒิ วิเศษ (2561) ที่ค้นพบว่า เพศแตกต่างกันมีความพร้อมของผู้ประกอบการแตกต่างกัน กล่าวคือ เพศต่างกันยังมีทัศนคติเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในการทำธุรกิจเมื่อเข้าประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการแตกต่างกัน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ญัฐวุฒิ วิเศษ (2552) ที่ค้นพบว่าเพศหญิงมีแรงจูงใจและพลังในการเป็นผู้ประกอบการ ด้านวิสัยทัศน์และเป้าหมาย ด้านการแสวงหาข้อมูล ตลอดจนด้านกล้าริเริ่ม และรับผิดชอบมากกว่าเพศชาย

2) อายุต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยนักศึกษาที่มีอายุ 21 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มยอมรับการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นอาชีพในอนาคตมากกว่านักศึกษาที่มีอายุน้อยกว่า 20 ปี อาจเป็นเพราะนักศึกษาชั้นปีที่ 4 (อายุ 21 ปีขึ้นไป) มีการนำเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น ใช้เพื่อการศึกษา การเรียนรู้ ติดต่อสื่อสาร และความบันเทิงมากกว่านักศึกษาในกลุ่มอื่น ๆ (สุพาทีนิ์ เฟ็งเจริญ ยูวัฒน์ วุฒิเมธี และसानิต ฤทธิมนตรี, 2559) นอกจากนี้ อายุที่ต่างกันย่อมมีทัศนคติและพฤติกรรมต่างกัน กล่าวคือ คนที่อายุมากกว่าจะมีพฤติกรรมตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งต่างจากบุคคลที่มีอายุน้อยกว่า ยิ่งไปกว่านั้น แนวโน้มของทัศนคติและพฤติกรรมของคนที่มีอายุน้อยกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงไปเมื่อพวกเขาที่มีอายุมากขึ้น (ตฤณธวัช วงศ์ประเสริฐ และกุลทิพย์ ศาสตรระรุจิ, 2559) ดังนั้น นักศึกษากลุ่มที่มีอายุมากกว่าจึงมีโอกาสใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อตอบสนองความต้องการของตัวเองมากกว่ากลุ่มคนที่มีอายุน้อยกว่า แสดงให้เห็นแนวโน้มที่นักศึกษากลุ่มนี้จะมีทัศนคติที่ดีต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือมีการยอมรับการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นอาชีพในอนาคต

3) รายได้ต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน โดยรายได้สูงหรือรายได้ต่ำของนักศึกษาไม่มีผลต่อการยอมรับการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นอาชีพในอนาคตของนักศึกษา สอดคล้องกับการศึกษาของ สุพาทีนี เพ็งเจริญ และคณะ (2559) ที่ค้นพบว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันมีทัศนคติการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันแทบจะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเลยหรือมีการลงทุนน้อย และไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้านก็สามารถประกอบธุรกิจได้ (ฉวีวงศ์ บวรเกียรติขจร, 2560) ดังนั้น รายได้จึงไม่มีอิทธิพลต่อทัศนคติของนักศึกษาในการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์

4) ประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยนักศึกษาที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์สูงมีแนวโน้มยอมรับการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นอาชีพในอนาคตมากกว่านักศึกษาที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์น้อยกว่าหรือนักศึกษาที่ไม่มีประสบการณ์เลย ทั้งนี้เพราะการมีประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์ จะทำให้นักศึกษาทราบถึงรูปแบบการใช้ ตลอดจนประโยชน์ของการใช้สื่อสังคมออนไลน์ และเมื่อนักศึกษาเห็นประโยชน์ของสื่อสังคมออนไลน์ ก็มีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่ดีต่อสื่อสังคมออนไลน์ และใช้สื่อสังคมออนไลน์นั้นต่อไป (เพ็ญพอน พ่วงแพ, 2559) หรืออาจกล่าวได้ว่า นักศึกษาที่มีประสบการณ์การใช้สื่อสังคมออนไลน์จะมีทัศนคติที่ดีต่อสื่อสังคมออนไลน์ ตลอดจนทราบถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการขายสินค้า จึงมีแนวโน้มที่จะยอมรับการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นอาชีพในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของธัญมาศ ทองมูลเล็ก และปรีชา วิจิตรธรรมรส (2560) ที่ค้นพบว่าประชาชนที่มีประสบการณ์ในการใช้อินเทอร์เน็ตผ่านโทรศัพท์มือถือมีโอกาสยอมรับและใช้งานสื่อสังคมออนไลน์มากกว่าผู้ที่ไม่เคยใช้อุปกรณ์ดังกล่าว

5) นักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัยมีแนวโน้มยอมรับการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นอาชีพในอนาคตมากกว่านักศึกษามหาวิทยาลัยทักษิณและมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะโครงสร้างหลักสูตรที่แบ่งเนื้อหารายวิชาทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติที่แตกต่างกันในแต่ละมหาวิทยาลัย รวมทั้งระบบการศึกษาที่เอื้ออำนวยให้นักศึกษาได้ทดลองฝึกประสบการณ์จริงในแต่ละมหาวิทยาลัยที่แตกต่างกัน หรือมีเป้าหมายในการผลิตบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ความเชื่อมั่นในการประกอบอาชีพในอนาคตของนักศึกษาแตกต่างกัน (ธัญนันท์ ทองบุญตา, 2549) จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นจึงทำให้นักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยต่างกัน มีทัศนคติต่อการเลือกประกอบอาชีพในอนาคตแตกต่างกัน

6) นักศึกษาที่ศึกษาในคณะต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดยนักศึกษาที่ศึกษาในคณะที่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจ/การจัดการมีแนวโน้มยอมรับการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นอาชีพในอนาคตมากกว่านักศึกษาที่ศึกษาในคณะที่ไม่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจ/การจัดการ ทั้งนี้เพราะ คณะที่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจ/การจัดการได้ออกแบบหลักสูตรเพื่อให้นักศึกษาที่จบไปสามารถเป็นผู้ประกอบการเองได้ ตลอดจนเนื้อหาในแต่ละรายวิชาที่นักศึกษาได้ศึกษาบริบทในการประกอบธุรกิจทั้งหมด

อย่างรอบด้านโดยเฉพาะในยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องทราบและมีการนำสื่อสังคมออนไลน์ไปประยุกต์ใช้เพื่อการประกอบธุรกิจ ในขณะที่หลักสูตรที่ไม่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจ/การจัดการไม่ได้ ออกแบบหลักสูตรที่ต้องการให้นักศึกษาเป็นผู้ประกอบการในอนาคต จึงมีความเป็นไปได้ว่านักศึกษาที่ศึกษา ในคณะที่เกี่ยวข้องกับบริหารธุรกิจ/การจัดการจึงสนใจที่จะประกอบอาชีพในสายงานที่เหมาะสมกับสิ่งที่พวกเขาได้เล่าเรียนมา (จิรนนท์ ไวยศรีแสง, 2552) นอกจากนี้ ธนบดี จึงสง่าสม และคณะ (2559) ยังอธิบายเพิ่มเติมว่าการที่นักศึกษาเรียนคณะที่ต่างกันอาจมีทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งแตกต่างกัน ทั้งนี้เป็นเพราะ องค์ประกอบของแต่ละคณะแตกต่างกัน เช่น สภาพห้องเรียน อาจารย์ผู้สอน หลักสูตร รุ่นพี่หรือรุ่นน้องใน คณะล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อการเกิดทัศนคติของนักศึกษาที่แตกต่างกัน

7) นักศึกษาที่ศึกษาในชั้นปีต่างกันมีทัศนคติต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน โดย นักศึกษาชั้นปีที่ 3 และปีที่ 4 มีทัศนคติที่ดีต่อการขายสินค้าออนไลน์ หรืออาจกล่าวได้ว่ามีแนวโน้มยอมรับการ ขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นอาชีพในอนาคตมากกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 และปีที่ 2 ทั้งนี้เพราะนักศึกษา ชั้นปีที่ 3 และปีที่ 4 ได้รับความรู้ทั้งพื้นฐานและในศาสตร์ที่นักศึกษาได้เลือกเรียนมาอย่างเพียงพอ จึงมีความ มั่นใจในการเลือกอาชีพมากกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 และปีที่ 2 ที่ยังเรียนวิชาพื้นฐาน และยังมีองค์ความรู้น้อย โดยเฉพาะในศาสตร์ตามสาขาวิชาที่ตัวเองได้เลือกเรียน จึงมีความเป็นไปได้ที่นักศึกษาชั้นปีที่ 3 และปีที่ 4 จะ มีแนวโน้มยอมรับการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นอาชีพในอนาคตมากกว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 และปีที่ 2 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พรรณิการ์ พุ่มจันทร์ นุชจรรย์ หงษ์เหลี่ยม และพัชดาพรรณ อุดมเพชร (2558) ที่ค้นพบว่า ชั้นปีของนักศึกษาที่ต่างกันมีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้านการเรียนต่างกัน เนื่องจาก นักศึกษาแต่ละชั้นปีมีบริบทการศึกษาไม่เหมือนกัน บางชั้นปีอาจต้องใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการทำงานร่วมกับ ผู้อื่น ทำงานทำการบ้านที่ได้รับมอบหมาย ค้นคว้าตำราวิชาการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้มีพฤติกรรมการ ใช้สื่อสังคมออนไลน์แตกต่างกัน

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. มหาวิทยาลัยควรออกแบบหลักสูตรการเป็นผู้ประกอบการให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติควบคู่ไปด้วยกัน เพื่อให้หลักสูตรที่สอดคล้องกับ ความต้องการของนักศึกษาและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป

2. อาจารย์ในหลักสูตรและรายวิชาที่สอนเกี่ยวกับการเป็นผู้ประกอบการ ควรจะออกแบบ การสอนด้วยการให้นักศึกษาได้ทดลองใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการขายสินค้าจริง ตลอดจนการให้วิทยากรที่ ประสบความสำเร็จจากการขายสินค้าผ่านสื่อออนไลน์มาบรรยาย เพื่อให้ นักศึกษาเกิดทัศนคติที่ดีต่อการขาย สินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษานี้ศึกษาเฉพาะข้อมูลทั่วไปของนักศึกษาเท่านั้น ดังนั้น ควรศึกษาในเชิงลึกลงไปถึงคุณลักษณะและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา ระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษา เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรให้สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละพื้นที่
2. การศึกษานี้ดำเนินการเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น ดังนั้น ควรดำเนินการวิจัยอย่างต่อเนื่องทุกปี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่นำไปพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรของสถาบันการศึกษาที่ทันสมัย
3. การศึกษานี้เก็บข้อมูลจากนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยภายในอำเภอเมืองจังหวัดสงขลาเท่านั้น การศึกษาครั้งต่อไปจึงควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังจังหวัดอื่น เพื่อจะได้ทราบและเปรียบเทียบทัศนคติของนักศึกษาต่อการขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ว่าเหมือนหรือแตกต่างจากการศึกษาครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2554). สถิติสำหรับงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: ธรรมสาร.
- จิรพันธ์ ไวยศรีแสง. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกประกอบอาชีพของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ฉวีวงศ์ บวรเกียรติขจร. (2560). การศึกษาการซื้อขายสินค้ากลุ่มแฟชั่นในสื่อสังคมออนไลน์. *Veridian E-Journal*, 10 (2), 2056-2071.
- ณัฐวุฒิ วิเศษ. (2552). คุณลักษณะและความตั้งใจเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา สาขาการเป็นผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- ณัฐวุฒิ วิเศษ. (2561). ทัศนคติและความพร้อมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ด้านการส่งออกจังหวัดนนทบุรีในการเข้าสู่ตลาดอาเซียน. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 12 (28), 150-162.
- ตฤณธวัช วงศ์ประเสริฐ และกุลทิพย์ ศาสตร์ระจุ. (2559). ทัศนคติและพฤติกรรมการใช้งานเฟซบุ๊ก (Facebook) ของวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. *วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรม นิด้า*, 3(2), 29-46.
- ธนบดี จิ่งสง่าสม วัชรพล สิงห์เรือง วุฒิ เปลี่ยนน้อย, และวิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย. (2559). ความพร้อมและทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมที่มีต่อประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน*, 2 (1), 47-58.
- ธวัชชัย วรพงศธร และสุรีย์พันธ์ วรพงศธร. (2561). การคำนวณขนาดตัวอย่างสำหรับงานวิจัยโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*Power. *วารสารการส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม*, 41(2), 11-21.

- ธัญนันท์ ทองบุญตา. (2549). การเปรียบเทียบความรู้และทัศนคติต่อการประกอบอาชีพอิสระของนักศึกษา
ชั้นปีที่ 3 ระหว่างมหาวิทยาลัยรัฐบาลและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. รายงานวิจัย
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธัญมาศ ทองมูลเล็ก และปรีชา วิจิตรธรรมรส. (2560). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและการใช้
เครือข่ายสังคมออนไลน์ในสังคมไทย. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม, 5(2), 114-124.
- บุญใจ ศรีสถิตยน์รากร. (2555). การพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย: คุณสมบัติการวัดเชิง
จิตวิทยา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรรณนิการ์ พุ่มจันทร์, นุชจรรย์ หงษ์เหลี่ยม, และพัชดาพรรณ อุดมเพชร. (2558). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคม
ออนไลน์ของนักศึกษาแพทย์ระดับปรีคลินิกของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล. เวชบัณฑิตศิริ
ราช, 8(1), 27-35.
- พรรณลिया นิธิกิตต์สุขเกษม และบุญทวรรณ วิงวอน. (2561). โมเดลความตั้งใจในการเป็นผู้ประกอบการของ
ผู้เรียนในโครงการศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจเพื่อการศึกษา, วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ, 7(1), 146-
161.
- เพ็ญพอน พ่วงแพ. (2559). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ของนักศึกษา
วิชาชีพครุคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. Veridian E-Journal, 9(2), 946-956
- มหาวิทยาลัยทักษิณ. (2562). จำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัยทักษิณ. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 19 มกราคม 2562
จาก http://grad.tsu.ac.th/stat/search_campus.jsp?lang=th
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. (2562). จำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรี
วิชัย. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 19 มกราคม 2562 จาก [http://regis2.rmutsv.ac.th/information/
statistic/](http://regis2.rmutsv.ac.th/information/statistic/)
- มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. (2562) จำนวนนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 19
มกราคม 2562 จาก http://regis.skru.ac.th/RegisWebH5/std_12561/web/facu_N.php
- วิภาวรรณ มโนปราโมทย์. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์
(อินสตาแกรม) ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย
กรุงเทพ.
- ศิวัช จันทนาสุภาภรณ์. (2554). ทัศนคติที่มีต่อการเปิดรับสื่อออนไลน์บนเครือข่ายสังคมออนไลน์:
กรณีศึกษา นักศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. การค้นคว้าอิสระหลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562 ก). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตใน
ประเทศไทย ปี 2561. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562 ข). รายงานผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
ในประเทศไทย ปี 2561. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์.

- สุพาทีนี เพ็งเจริญ, ยูวัฒน์ วุฒิเมธี และसानิตย์ ฤทธิมนตรี. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติการใช้
เครือข่ายสังคมออนไลน์ของนิสิตชั้นปีที่ 4 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ บางเขน. **วารสารการ
พยาบาล, 18(2), 63-74.**
- Calvin, O. Y., Isaac, O. M., Ibrahim, A. A., & Aku, S. (2018). Impact of social media on
entrepreneurship development among users in Zamfara state. **Journal of Economics &
Finance, 2 (2), 303-328.**
- Pulka, B. M., & Aminu, A. A., & Rikwentishe, R. (2015). The effects of entrepreneurship education
on university students' attitude and entrepreneurial intention. **European Journal of
Business and Management, 7 (20), 149-157.**
- Pulka, B. M., Rikwentishe, R., & Ibrahim, B. (2014). An evaluation of students' attitude towards
entrepreneurship education in some selected universities in North East Nigeria. **Global
Journal of Management and Business Research, 14 (8), 1-8.**
- Rudhumbu, N., Svatwa, D., Munyanyiwa, T., & Mutsau, M. (2016). Attitudes of students towards
entrepreneurship education at two selected higher education institutions in Botswana:
A critical analysis and reflection. **Academic Journal of Interdisciplinary Studies, 5 (2),
83-94.**

แนวทางการพัฒนาคุณภาพนักเรียนศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์

วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

Guidelines for quality improvement of students of the Sunday Buddhism

Study Center Phra Pathom Chedi Temple Mueang Nakhon Pathom

District Nakhon Pathom

พระมหานิวตัชชัย คำเหมื่อน *

(Phra Maha Niwatchai Khammaeng *)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เปรียบเทียบ คุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 2. ศึกษาอิทธิพลของความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ร่วมกับ การบริหารและพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอน ที่ส่งผลต่อ การพัฒนาคุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ และ 3. ค้นหาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพนักเรียนศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม รูปแบบการวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ในส่วนการวิจัยเชิงปริมาณ กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ นักเรียนที่เข้าร่วมศึกษาศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยผู้วิจัย โดยค่าความตรงด้านเนื้อหาระหว่าง 0.67 – 1.00 ค่าความเชื่อมั่นด้าน การบริหารและพัฒนา ด้านหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนเท่ากับ 0.75-0.85 ความร่วมมือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเท่ากับ 0.71-0.73 และ คุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์เท่ากับ 0.73-0.79 สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุ ในส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ อาจารย์ที่เป็น พระ ศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำนวน 4 รูป ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยสัมภาษณ์ระดับลึก (In-depth Interviews) เพื่อหาแนวทางในการบริหารการพัฒนาศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000 ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธงชัย พงศ์สิทธิกาญจนา

Thesis Master of Business Administration General management Faculty of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University 73000

Corresponding author: 2555and2600@gmail.com

ผลการวิจัยพบว่า

1. คุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้าน เพศ การศึกษา สถานภาพอาศัย อาชีพบิดาและอาชีพ มารดา

2. อิทธิพลของความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการบริหารพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนที่ส่งผลต่อ การพัฒนาคุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่า ความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง อันได้แก่ การสนับสนุนจากผู้ปกครอง ชุมชน และโรงเรียนมีผลต่อ การพัฒนาคุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ส่วน อิทธิพลของการบริหารพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอน เกิดจาก ด้านการใช้สื่อและนวัตกรรมเทคโนโลยี ด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร และด้านการวัดผลประเมินผลตามสภาพจริง สรุปได้ว่า ความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการบริหารพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนที่ส่งผลต่อ การพัฒนาคุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยมีอำนาจการพยากรณ์ทั้งสิ้นร้อยละ 62 โดยปัจจัยที่ส่งผลในสองลำดับแรกได้แก่ การสนับสนุนจากโรงเรียน ($b=0.26$) และด้านการใช้สื่อและนวัตกรรมเทคโนโลยี ($b=0.11$) ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y = 1.40 + 0.02 X_1 + 0.11 X_2^{**} + 0.06 X_3^{**} + 0.06 X_4^* + 0.08 X_5^{**} + 0.07 X_6^{**} + 0.26 X_7^{**}$$

3. แนวทางในการพัฒนาศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ต้องเกิดจาก ความร่วมมือระหว่าง วัด บ้าน โรงเรียน การศึกษาเช่นนี้เป็นสิ่งที่คู่กันมาอย่างยาวนาน และทั้ง 3 สิ่งนี้ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญอีกทั้งมีบทบาทในการพัฒนาเด็กนักเรียนด้วยให้เกิด ความรู้ ความดี และความสุภาพ แม้ว่า การพัฒนาศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมอาจจะมีปัญหาบ้างในเรื่องความร่วมมือจากผู้ปกครอง และการขาดแคลนบุคลากร แต่สิ่งเหล่านี้สามารถแก้ไขปัญหาก็ได้ ด้วยความเข้าใจ อาศัย แนวทางการพัฒนาคือ ให้ผู้ปกครองเข้ามาศึกษาพร้อมกับทางเด็กที่ตนปกครองด้วยกัน เมื่อผู้ปกครองมาร่วมศึกษาด้วย จึงจะได้ความรู้ไว้บอกต่อกับบุตรหลานของตน และคนอื่นๆต่อไป การพัฒนาคุณภาพนักเรียนควรจัดรูปแบบการสอนให้หลายรูปแบบ แทรกคุณธรรมจริยธรรมในการสอน ควบคู่กันทั้งทางโลกและทางธรรม ต้องปรับการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับปัจจุบัน และการพัฒนาคุณภาพนักเรียนให้มีความรู้ที่ดี นำไปใช้ได้และก่อให้เกิดความสุขต่อชุมชน

คำสำคัญ: คุณภาพนักเรียน ศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ ความร่วมมือ การบริหารและพัฒนาหลักสูตร

ABSTRACT

The purpose of this research was to: 1) compare the quality development of students of the Sunday Buddhism Study Center Phra Pathom Chedi Temple Mueang Nakhon Pathom District Nakhon Pathom Classified by personal factors 2) study the influence of the cooperation of stakeholders that affect Quality development of students of the Sunday Buddhism Study Center Phra Pathom Chedi Temple Mueang Nakhon Pathom District Nakhon Pathom 3) Study the influence of curriculum administration and development and instructional processes affecting Quality development of students of the Sunday Buddhism Study Center Phra Pathom Chedi Temple Mueang Nakhon Pathom District Nakhon Pathom Province and 4) Find ways to develop the Sunday Buddhist Study Center, Phra Pathom Chedi Temple Mueang Nakhon Pathom District Nakhon Pathom. This research model uses a mixed method research methodology. Consisting of quantitative and qualitative research In the quantitative research, the sample group used in the research is Students participating in the Sunday Buddhism Study Center, Phra Pathom Chedi Temple, Muang District, Nakhon Pathom Province, 400 persons. Tools used for data collection include Questionnaires created by the researcher By content validity between 0.67 - 1.00 Confidence in Administration and development The curriculum and teaching process were 0.75-0.85. The cooperation from stakeholders was 0.71-0.73 and the quality of students of the Sunday Buddhism Study Center was 0.73-0.79. Statistics used are frequency, percentage, mean, standard deviation. Analysis of t One-way analysis of variance Correlation analysis Multiple regression analysis. As for qualitative research, the main contributors are The teacher who is the Buddhist Sunday Study Center, Phra Pathom Chedi Temple, Muang District, Nakhon Pathom Province, 4 images, using a specific selection method. By interviewing in-depth interviews to find ways to manage the development of the Sunday Buddhist Studies Center, Phra Pathom Chedi Temple and use content analysis.

The research found that

1. Quality of students of the Sunday Buddhism Study Center When classified by personal factors, it was found that there were statistically significant differences in sex, education, status, occupation, occupation, father and mother's occupation.

2. The influence of cooperation of stakeholders And administration of curriculum development and teaching process that affect Quality development of students of the Sunday Buddhism Study Center Phra Pathom Chedi Temple Mueang Nakhon Pathom District Nakhon Pathom province, found that the cooperation of stakeholders, including support from parents,

communities and schools, has an effect on Quality development of students of the Sunday Buddhism Study Center Phra Pathom Chedi Temple Mueang Nakhon Pathom District Nakhon Pathom.

3. The influence of curriculum development and teaching process development is due to the use of media and technological innovation. In extra-curricular activities And evaluation of results according to actual conditions. Concluded that the cooperation of the stakeholders And administration of curriculum development and teaching process that affect Quality development of students of the Sunday Buddhism Study Center Phra Pathom Chedi Temple Mueang Nakhon Pathom District Nakhon Pathom With a forecasting power of 62 percent. The factors that result in the first two are School support (b = 0.26) and the use of media and technological innovation (b = 0.11) which can be written as the equation

$$Y = 1.40 + 0.02 X_1 + 0.11 X_2^{**} + 0.06 X_3^{**} + 0.06 X_4^* + 0.08 X_5^{**} + 0.07 X_6^{**} + 0.26 X_7^{**}$$

4. Guidelines for the development of the Sunday Buddhism Study Center, Phra Pathom Chedi Temple Mueang Nakhon Pathom District Nakhon Pathom Province must be born from the cooperation between Ban Ban School Temple. This education is something that has been a long time together, and these 3 things are considered the heart and also play a role in the development of students with the knowledge, goodness and happiness. Although the development of the Sunday Buddhism Study Center, Phra Pathom Chedi Temple Mueang Nakhon Pathom District Nakhon Pathom Province may have some problems with cooperation from parents. And shortage of personnel But these can solve the problem With understanding based on the development approach Let parents come to study together with the children that they govern together When parents come to study Therefore will gain knowledge to tell their children And others can continue. Quality development. Students should arrange teaching styles for many forms. Insert morality and ethics in teaching Together both worldly and fairly Must adjust the teaching and learning to be consistent with the present And improving the quality of students to have good knowledge can be used and create happiness for the community.

Keywords: Student quality Buddhist Studies Center, Sunday, Course Management and Development Cooperation

Article history:

Received 10 March 2019

Revised 28 April 2019

Accepted 30 April 2019

SIMILARITY INDEX = 1.66 %

1. บทนำ

ปัจจุบันกระแสโลกาภิวัตน์ได้หลั่งไหลเข้ามา เป็นเหตุให้คนในสังคมไทยขาดภูมิคุ้มกันในการเลือกสรร สิ่งที่ควรบริโภคเป็นเหตุให้รับเอาวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาใช้ในการดำรงชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นการ บริโภค การแต่งกาย ความเป็นอยู่บนพื้นฐานของความฟุ่มเฟือย หรุหร่า นิยมวัตถุ จนเกิดเป็นวัฒนธรรม บริโภคนิยม (Consumerism) ส่งผลให้เกิดความเสื่อมโทรมและวิกฤติทางศีลธรรม คุณธรรม และจริยธรรม จนสังคมไทยตกอยู่ในสภาพที่เลวร้าย วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณีตลอดจนวัฒนธรรมอันดีงามที่บรรพ บุรุษได้สั่งสมไว้ แทบจะไม่หลงเหลือให้อนุชนคนรุ่นหลังได้ชื่นชม คนไทยมีหนี้สินเพิ่มมากขึ้น สังคมที่มีมิตร ไมตรีและความเอื้ออาทรต่อกันเหลือน้อยลง เกิดการแตกแยกทางความคิด การแบ่งฝักแบ่งฝ่าย ขาดความ สัมผัสสามัคคี เพราะต้องแก่งแย่งแข่งขันเพื่อความอยู่รอดของตนเอง สถาบันครอบครัวจำนวนมากล่ม สลาย คนห่างวัดมากขึ้น การขัดเกลาจิตใจทางด้านคุณธรรมและจริยธรรมลดน้อยลงส่งผลต่อพฤติกรรมของ เด็กและเยาวชนผู้ซึ่งจะเป็นอนาคตของชาติ

ปัญหาสังคมที่เกิดกับเด็กและเยาวชน อาทิ ปัญหาการก่อเหตุทะเลาะวิวาท ปัญหาการแพร่ระบาดของ ยาเสพติดและ ปัญหาการประพฤตินอกรวมไม่เหมาะสมในเวลาเรียน ปัญหาการมีเพศสัมพันธ์ในวัยเรียน และปัญหา อาชญากรรม จากสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้นกับดังกล่าวพบว่า รากเหง้าแห่งปัญหาที่แท้จริง คือ การที่นักเรียน และนักศึกษา ได้รับการกล่อมเกลาทางจิตใจไม่เพียงพอ และในบางกรณีถูกละเลยจากสถานศึกษาที่ปลูกฝังใน เรื่องคุณธรรมจริยธรรม จนทำให้ขาดความสำนึกต่อหน้าที่ ขาดความรู้สึกรับผิดชอบชีวิต ขาดการใช้สติปัญญาั้ง คืด และแสดงออกมาเป็นพฤติกรรมภายนอกที่ไม่เหมาะสม อีกทั้งสภาพแวดล้อมรอบตัว ที่ยุ่ง ส่งเสริม ชักจูง และโน้มน้าวอย่างต่อเนื่อง ด้วยรูปแบบที่มีการพัฒนาอย่างหลากหลาย จนยากต่อการควบคุม ป้องกัน และ แก้ไขให้สัมฤทธิ์ผลได้ (กรมการศาสนา 2551) สิ่งทั้งหลายทั้งปวงนี้ทำให้เด็กและเยาวชน ต้องตกเป็นเหยื่อ ของผลกระทบจากปัญหาวิกฤติทางสังคมที่สืบเนื่องมาจากความเจริญทางด้านวัตถุและจิตใจที่ไม่สมดุลกัน

เด็กและเยาวชนที่เป็นทรัพยากรที่สำคัญของประเทศ การส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนเป็นคนดีและคน เก่ง เป็นสิ่งจำเป็นและมีคุณค่าต่อประเทศชาติเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งทุกภาคส่วนของสังคมถือเป็นหน้าที่ที่จะต้อง ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมให้เด็กและเยาวชนเติบโตขึ้น เป็นอนาคตของชาติที่มีคุณภาพเป็นกำลังสำคัญที่จะ พัฒนาชาติให้เจริญก้าวหน้า มั่นคงด้วยเด็กดีของไทยโดยมุ่งเน้นให้มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตเด็กและเยาวชน บ่มเพาะด้านศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม ปลูกอุดมการณ์ ความรักชาติ ศาสนา พระมหากษัตริย์ และสร้าง จิตสำนึกที่ตื่นตัวด้านการรู้รักสามัคคี ความซื่อสัตย์สุจริต การเสียสละ ความพอเพียง และรักษาวัฒนธรรม ประจำชาติ โดยให้ความสำคัญกับการบูรณาการในการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรมของหน่วยงานต่าง ๆ โดยเฉพาะในสถานศึกษาทั่วประเทศ ซึ่งพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ได้กล่าวไว้ตอนหนึ่งใน รายงาน “คืนความสุขให้คนในชาติ” เมื่อวันศุกร์ ที่ 8 มกราคม 2559 ความตอนหนึ่งว่า “ให้กลไกทางสังคม ทั้ง “บวร” บ้าน วัด โรงเรียน ตามแนวทางของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและ “ประชารัฐ” ชุมชน เอกชน รัฐ ในนามของรัฐบาลร่วมมือกันหล่อหลอมลูกหลานของเราให้เป็น “พลเมืองดี” ของประเทศชาติต่อไป เป็น พลเมืองที่มีความรู้ ความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในเรื่องสิทธิ หน้าที่ เสรีภาพ สิทธิมนุษยชน และ ประชาธิปไตย รวมทั้งเป็นคนที่มีวินัยและจิตสาธารณะ มีความพร้อมที่จะปกป้อง ดูแลประเทศไทยของเราในอนาคต”

กล่าวได้ว่า การหล่อหลอมคุณธรรมจริยธรรม ต้องเกิดจากการมีส่วนร่วมระหว่างครอบครัวและโรงเรียนถือเป็นสถาบันที่มีบทบาทสำคัญในการหล่อหลอมพฤติกรรมของเด็กและเยาวชนให้มีลักษณะเป็นที่พึงประสงค์ทางสังคม ดังนั้นหากทั้งครอบครัวและโรงเรียนมีความร่วมมือกันในการพัฒนานักเรียนก็จะเป็นการสร้างภูมิคุ้มกันให้แก่เด็กวัยรุ่นในการป้องกันพฤติกรรมเสี่ยงต่างๆ การร่วมมือกันทำงานระหว่างบ้านและโรงเรียนสามารถส่งผลต่อการมาโรงเรียน พฤติกรรมในชั้นเรียน ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และการเห็นคุณค่าในตนเองของนักเรียน รวมทั้งมีผลการวิจัยที่พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนมีความสัมพันธ์กับความเข้มแข็งและระยะเวลาของการมีส่วนร่วมของพ่อแม่ต่อโรงเรียนด้วย (Faust-Horn, 2003) และสิ่งนี้จะเข้มแข็งมากยิ่งขึ้น หากมีการหล่อหลอมที่เกิดขึ้นจากทางวัด เข้ามาเป็นองค์ประกอบ

ศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ภายใต้การอุปถัมภ์ของกรมศาสนา มีความห่วงใยกับปัญหาที่เกิดขึ้นข้างต้น จึงจัดตั้งขึ้นเพื่อเผยแผ่พระพุทธศาสนาส่งเสริมศีลธรรมจริยธรรม กล่อมเกลาให้นักเรียนนักศึกษาไม่เดินในช่องทางที่ผิดและมีภูมิต้านทานในการดำเนินชีวิตสามารถรับมือกับปัญหาที่เกิดขึ้น (กรมศาสนา, 2552) สอดคล้องกับแนวทางส่งเสริมของกรมสุขภาพจิตที่มุ่งพัฒนาคุณภาพนักเรียนให้มีคุณภาพครบทุกด้านคือ มีความรู้ความสามารถ (เก่ง) มีคุณธรรมจริยธรรมประกอบแต่คุณงามความดีเพื่อประโยชน์ส่วนรวม (ดี) และมีความสุข (สุข) (กรมสุขภาพจิต, 2556)

ในขณะที่การบริหารงานของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์โดยเฉพาะศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม กำลังถูกท้าทายจากความเป็นพลวัตที่เปลี่ยนแปลงของของปัญหาข้างต้นซึ่งมีความซับซ้อนมากขึ้นตามเวลา ประกอบกับการบริหารงานต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายฝ่ายซึ่งมีสองส่วนใหญ่ ๆ คือ ความร่วมมือจากทางบ้านของนักเรียน และความร่วมมือจากโรงเรียนซึ่งเป็นเจ้าของสถานที่ เนื่องจากการจัดการเรียนการสอนของศูนย์จัดในวันอาทิตย์ นักเรียนเดินทางมาเรียนโดยผู้ปกครองมาส่งเป็นส่วนใหญ่หากผู้ปกครองไม่ให้ความร่วมมือหรือไม่ให้ความสำคัญกับการจัดการเรียนการสอนของศูนย์นักเรียนจะไม่สามารถเดินทางมาเรียนได้ อีกทั้งหากทางโรงเรียนไม่ให้ความร่วมมือในการจัดการเรียนการสอนทางศูนย์ก็จะไม่สามารถจัดการเรียนการสอนได้เนื่องจากเป็นเจ้าของสถานที่ ดังนั้นปัจจัยในพัฒนาคุณภาพของนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มีองค์ประกอบสำคัญ 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) การบริหารงานของศูนย์ 2) ความร่วมมือจากทางบ้าน และ 3) ความร่วมมือจากโรงเรียน ดังนั้นผู้วิจัยในฐานะผู้บริหารของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม จึงมีความสนใจในการศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพนักเรียนศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม เพื่อค้นหาแนวทางในการพัฒนาการบริหารงานของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม อันมุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพนักเรียน 3 ด้าน คือ เก่ง ดี และมีความสุข ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบ คุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ร่วมกับ การบริหารและพัฒนาหลักสูตร และกระบวนการเรียนการสอน ที่ส่งผลต่อ การพัฒนาคุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
3. เพื่อค้นหาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามประเด็นดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารและการพัฒนา

วิโรจน์ สารรัตน์ (2555) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง การบริหารเป็นกระบวนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุจุดหมายขององค์การโดยอาศัยหน้าที่ทางการบริหารที่สำคัญ คือ การวางแผน การจัดองค์การ การนำ และการควบคุม

สุรัสวดี ราชสกุลชัย (2556) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง กลุ่มของกิจกรรม ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การสั่งการหรือการชี้แนะ และการควบคุม ซึ่งจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทรัพยากรขององค์การ เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ และด้วยจุดมุ่งหมายสำคัญในการบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลครบถ้วน

มีชัย สายอร่าม (2555) กล่าวว่า การพัฒนา หมายถึง การพัฒนาเป็นกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงและสรรสร้างความก้าวหน้าในทางเศรษฐกิจ ความเป็นธรรมในสังคม ความเสมอภาคในทางการเมือง การดำรงวัฒนธรรมอันดีงาม การจัดสรรและกระจายทรัพยากรด้วยวิธีการบริหารที่เหมาะสม เพื่อบรรลุเป้าหมายในอันที่จะสร้างคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น

จากแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารของนักวิชาการข้างต้น ผู้วิจัยสรุปว่าการบริหาร คือ กระบวนการใช้ทรัพยากรทางการบริหารเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความร่วมมือ

พัทธยา เนตรธรรานนท์ (2555: 10) กล่าวว่า ความร่วมมือ หมายถึง การกระทำกิจกรรมใด ๆ ในลักษณะของการมีส่วนร่วม ริเริ่ม ประสานงาน ช่วยเหลือ ส่งเสริม สนับสนุนซึ่งกันและกันเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายในกิจกรรมนั้น ๆ

โดยเงื่อนไขก่อให้เกิดความร่วมมือออกเป็น 3 ประการ ประกอบไปด้วย

1. สภาพแวดล้อม (Environmental Factors) การดำเนินงานบนความสัมพันธ์ระหว่างองค์การมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับเงื่อนไขจากสภาพแวดล้อมซึ่งทำให้แต่ละองค์กรไม่สามารถปฏิเสธการดำเนินงาน

ร่วมกับองค์กรอื่น ๆ ได้ สภาพแวดล้อมขององค์กรมีความซับซ้อนและซับซ้อนที่เพิ่มมากขึ้น ทำให้จำเป็นเป็นต้องสร้างความเชื่อมโยงระหว่างองค์กรเพื่อลดทอนความไม่แน่นอนและเพื่อเพิ่มเสถียรภาพให้แก่องค์กร

2. การดำเนินงานที่ล้มเหลวของแต่ละภาคส่วน (Sector Failure) ส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างองค์กรขึ้นมา คือ ความพยายามของแต่ละองค์กรที่ล้มเหลวในการแก้ไขปัญหาสาธารณะ ซึ่งการดำเนินงานที่ล้มเหลวของแต่ละภาคส่วน (Sector Failure) เป็นสถานการณ์ที่ องค์กรหรือในภาคส่วนเดียวกัน พยายามที่จะแก้ไขปัญหาสาธารณะ ซึ่งต้องเผชิญกับความเหนียวยาก และพบว่า จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือในการดำเนินงาน เนื่องจากสภาพสังคมโดยทั่วไป ภาคส่วน ต่าง ๆ

3. เหตุปัจจัยโดยตรงที่ก่อเกิดความร่วมมือ (Direct Antecedents of Collaboration Formation) นอกเหนือจากสภาพแวดล้อมและการดำเนินงานที่ล้มเหลวของแต่ละภาคส่วนแล้วยังมี สภาพเงื่อนไขอื่น ๆ ที่มีผลต่อการทำให้เกิดความร่วมมือ

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ปริยาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2553) กล่าวว่า ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลังจากที่ถูกบุคคลได้มีประสบการณ์ในสิ่งนั้น ความรู้สึกนี้แบ่งเป็น 3 ลักษณะ คือ

1. ความรู้สึกในทางบวก เป็นการแสดงออกในลักษณะของความพึงพอใจ เห็นด้วย ชอบ และสนับสนุน
2. ความรู้สึกในทางลบ เป็นการแสดงออกในลักษณะไม่พึงพอใจ ไม่เห็นด้วย ไม่ชอบ และไม่สนับสนุน
3. ความรู้สึกที่เป็นกลาง คือ ไม่มีความรู้สึกใด ๆ

พรรณภา ดาวตก (2552) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อการบริหารงานโรงเรียนคือคุณภาพของโรงเรียนเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่เรียนของนักเรียนและผู้ปกครองยินดีจะช่วยเหลือโรงเรียนอย่างเต็มที่

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพนักเรียนด้านเก่ง ดี และมีความสุข

ธีรภัทร บัวคำศรี (2562) ได้เสนอ คุณลักษณะ เก่ง ดี มีสุข ที่เป็นการพัฒนาชีวิตนั้นจึงจัดเป็นองค์รวมของการพัฒนาชีวิต ความเก่งของมนุษย์ในด้านสติปัญญา (IQ) เคยเป็นคุณลักษณะที่เป็นยอดปรารถนาของมนุษย์ทุกคนที่ปรารถนาจะเป็นคนฉลาดที่มีสติปัญญาดี แต่ข้อค้นพบทางทฤษฎีและงานวิจัยต่างๆ ในระยะหลังกลับพบว่าความเก่งทางด้านสติปัญญาเพียงอย่างเดียวเป็นสิ่งที่ไม่เพียงพอที่จะทำให้มนุษย์สามารถบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของการมีชีวิตที่สมบูรณ์ได้ สำหรับคุณลักษณะ “ดี” และ “มีสุข” ที่ต่อจากการคิดเป็น ทำเป็น คือ การอยู่ร่วมกันเป็น การอยู่ร่วมกัน เป็นการเรียนรู้ทักษะที่เน้นในด้านจริยธรรม โดยมนุษย์จะต้องอาศัย คุณธรรมพื้นฐานร่วมกับการคิดเป็น และทำเป็น ซึ่งเป็นลักษณะของคนเก่งประกอบกัน จึงจะทำให้มนุษย์สามารถมีทักษะในการอยู่ร่วมกันเป็น ทั้งการอยู่ร่วมกันระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับธรรมชาติ และมนุษย์กับเทคโนโลยี ซึ่งการเรียนรู้ที่จะเกิดทักษะในด้านนี้จะต้องประกอบด้วยการพัฒนาในด้านอารมณ์ ความรู้สึก (จิตใจ) ในแง่บูรณาการกับการคิดเป็นและการทำเป็นด้วย

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

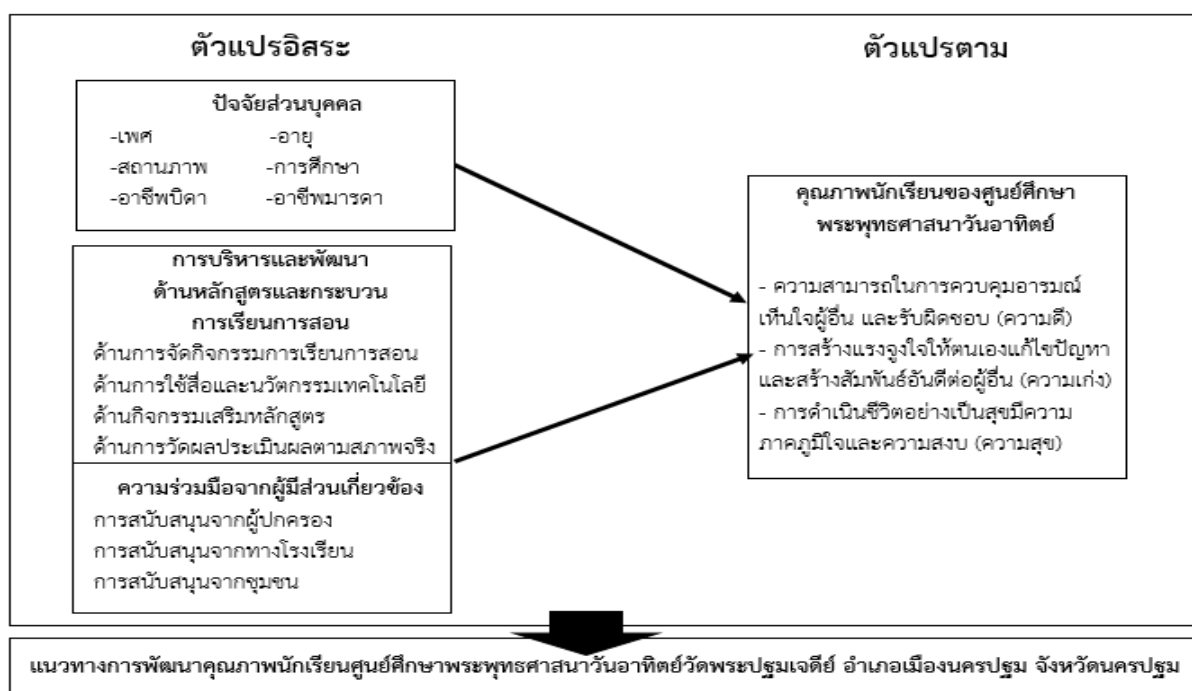
เริงรณ ล้อมลาย (2555) ศึกษาเรื่อง คุณธรรม จริยธรรมที่พึงประสงค์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่า คุณธรรม และจริยธรรมที่พึงประสงค์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยภาพรวม และรายด้าน คือ ด้านมีความกตัญญู กตเวที ด้านมีความเมตตา กรุณา โอบอ้อมอารี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ไม่เห็นแก่ตัว และด้านปฏิบัติตนเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ส่วนด้านความมีวินัย ความรับผิดชอบ ด้านมีความซื่อสัตย์ สุจริต และด้านมีความประหยัดและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า อยู่ในระดับสูง นักเรียนระดับมัธยมศึกษาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่มีเพศต่างกัน โดยภาพรวมและรายด้าน คือ ด้านความมีวินัย ความรับผิดชอบ ด้านมีความกตัญญู กตเวที ด้านมีความประหยัดและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า รวมทั้งด้านปฏิบัติตนเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม มีคุณธรรมและจริยธรรมที่พึงประสงค์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆที่เหลือแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 นักเรียนระดับมัธยมศึกษาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่ศึกษาในช่วงชั้นที่ต่างกัน โดยภาพรวมและรายด้านทุกด้าน มีคุณธรรมและจริยธรรมที่พึงประสงค์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักเรียนระดับมัธยมศึกษาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่มีสถานภาพของผู้ปกครองต่างกัน โดยภาพรวมและรายด้าน คือ ด้านมีความซื่อสัตย์สุจริต ด้านมีความกตัญญู กตเวที รวมทั้งด้านมีความประหยัดและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า มีคุณธรรมและจริยธรรมที่พึงประสงค์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านอื่นๆที่เหลือแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักเรียนระดับมัธยมศึกษาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่ผู้ปกครองมีวุฒิการศึกษาต่างกัน โดยภาพรวมและรายด้าน ทุกด้าน มีคุณธรรมและจริยธรรมที่พึงประสงค์แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อาจารย์พงษ์ คำตัน (2554) ทำวิจัยเรื่อง การปฏิบัติตนด้านคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการปฏิบัติตนด้านคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดนครปฐมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ยกเว้นด้านความประหยัด อยู่ในระดับปานกลาง 2) นักเรียนที่มีเพศ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ต่างกัน มีระดับการปฏิบัติตนด้านคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนนักเรียนที่มีระดับชั้นและสภาพครอบครัวที่ต่างกัน มีระดับการปฏิบัติตนด้านคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ไม่แตกต่างกัน 3) ปัจจัยด้านจิตวิทยา ด้านการเห็นคุณค่าในตนเอง ปัจจัยด้านสังคม ด้านการสร้างบรรยากาศในสถานศึกษา และด้านการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม สามารถร่วมกันทำนายผลการปฏิบัติตนด้านคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ได้ร้อยละ 13.1 4) แนวทางในการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ มี 5 แนวทาง คือ 1. การพัฒนาด้วยกระบวนการในการจัดการเรียนการสอน 2. การพัฒนาด้วยการเป็นแบบอย่างที่ดี 3. การพัฒนาด้วยการจัดกิจกรรมส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ 4. การพัฒนาด้วยการจัดสภาพแวดล้อมภายในโรงเรียน และ 5. การพัฒนาด้วยการสร้างความมีส่วนร่วม

อรพินทร์ สันติชัยอนันต์ (2553) ศึกษาเรื่อง คุณธรรม จริยธรรม ของนิสิตนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า นิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีคุณธรรมและจริยธรรมโดยรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นิสิตนักศึกษามีคุณธรรมและจริยธรรมด้านความมีวินัยและความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์สุจริต ความอดทนอดกลั้น ความประหยัด และความกตัญญูทเวที อยู่ในระดับสูง และมีคุณธรรมและจริยธรรมด้านความไม่เฝ้ารู้ อยู่ในระดับปานกลาง นิสิตนักศึกษาชายและนิสิตนักศึกษาหญิง มีคุณธรรมและจริยธรรมโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นิสิตนักศึกษามีคุณธรรมและจริยธรรมด้านความมีวินัยและความรับผิดชอบ ความซื่อสัตย์สุจริต และด้านความกตัญญูทเวทีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นิสิตนักศึกษาที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีคุณธรรมและจริยธรรมโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยนำแนวคิดการบริหารการพัฒนาศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ ของ พระมหาทักษันท์ โบราณมูล (2555) สุปราณี เวชประสิทธิ์ (2555) สุฉิรา ม่วงศรี และวลัยพร ศิริภิรมย์ (2558) พระครูโพธิสุวรรณคุณ (มานพ จันทาโก) (2559) แนวคิดความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของ Faust-Horn (2003) และแนวคิดคุณภาพนักเรียน (เก่ง ดี สุข) ของกรมสุขภาพจิต (2556) มาใช้เพื่อที่จะทำความเข้าใจและค้นหาคำตอบเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาคุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม อาศัยการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Method) ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ โดยเก็บข้อมูลจากนักเรียนที่เข้าร่วมศึกษาศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำนวน 400 ราย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการนำผลจากการศึกษาเชิงปริมาณมาสร้างเป็นประเด็นในการสัมภาษณ์ระดับลึก (In-depth Interviews) เพื่อหาแนวทางในการบริหารการพัฒนาศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ เก็บข้อมูลจากอาจารย์ที่เป็น พระที่มีประสบการณ์โดยตรงในการให้การฝึกอบรม ศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ มีประสบการณ์ในการทำงานทางด้านนี้มาไม่ต่ำกว่า 3 ปี และยินดีให้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจำนวน 4 รูป

การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย ให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) เพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปรที่ต้องการวัด เพื่อให้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นสามารถวัดได้เที่ยงตรงเชิงเนื้อหาตามที่ต้องการ โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Item Objective Congruence index) นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว เฉพาะข้อที่อยู่ในเกณฑ์และข้อที่ปรับปรุงแล้ว สร้างเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์และนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับผู้ปกครองนักเรียนที่มาเรียนในศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดโพรงมะเดื่อ ซึ่งมีลักษณะคล้ายกับกลุ่มประชากรเป้าหมายแต่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ผลการทดสอบ ค่าความเชื่อมั่นด้าน การบริหารและพัฒนา ด้านหลักสูตร และกระบวนการเรียนการสอนเท่ากับ 0.75-0.85 ความร่วมมือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเท่ากับ 0.71-0.73 และคุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์เท่ากับ 0.73-0.79 สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ การวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุ ในส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 56.00) มีอายุ 11-12 ปี (ร้อยละ 39.00) อาศัยอยู่กับพ่อแม่ (ร้อยละ 47.00) ระดับการศึกษามัธยมศึกษา (ร้อยละ 56.25) อาชีพบิดาคือรับจ้าง (ร้อยละ 30.50) และอาชีพของมารดา คือ ค้าขาย (ร้อยละ 33.00)

4.2 ผลการวิเคราะห์ความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การบริหารและพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอน และการพัฒนาคุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 1 การบริหารและพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนในภาพรวม

การบริหารพัฒนา	Mean	SD.	ผลการประเมิน
ด้านการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน	4.27	0.51	มากที่สุด
ด้านการใช้สื่อและนวัตกรรมเทคโนโลยี	3.90	0.61	มาก
ด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร	4.14	0.53	มาก
ด้านการวัดผลประเมินผลตามสภาพจริง	4.06	0.50	มาก
เฉลี่ยรวม	4.09	0.41	มาก

ผลการวิเคราะห์ การบริหารและพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก Mean = 4.09 โดยด้านที่ได้รับการประเมินดีที่สุดได้แก่เรื่อง การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน Mean = 4.27

4.3 ผลการวิเคราะห์การพัฒนาคุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 2 คุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

คุณภาพนักเรียน	ตัวแปรอิสระ					
	เพศ	การศึกษา	อายุ	สถานะ	อาชีพบิดา	อาชีพมารดา
ความดี	0.01**	0.25	0.64	0.12	0.00**	0.10
ความเก่ง	0.01**	0.84	0.01**	0.08	0.00**	0.09
ความสุข	0.05*	0.00**	0.22	0.09	0.00**	0.18
รวม	0.00**	0.01**	0.12	0.04*	0.00**	0.04*

ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบที่มีความแตกต่างกันในด้าน เพศ การศึกษา สถานภาพอาศัย อาชีพบิดาและอาชีพมารดา

4.4 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการบริหารพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนที่ส่งผลต่อ การพัฒนาคุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

ก่อนการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ผู้วิจัยทำการทดสอบค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างตัวแปรอิสระเพื่อทดสอบปัญหาภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุ ซึ่งพบว่า ไม่มีตัวแปรอิสระคู่ใดมีความสัมพันธ์กันเกินร้อยละ 80 จึงไม่พบปัญหาภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุ สามารถวิเคราะห์ถดถอยพหุได้

ตารางที่ 3 อิทธิพลของความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการบริหารพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนที่ส่งผลต่อ การพัฒนาคุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

คุณภาพนักเรียน	B	SE.	Beta	t	sig
(Constant)	1.40	0.12		11.34	0.00
การเรียนการสอน X ₁	0.02	0.03	0.03	0.79	0.43
เทคโนโลยี X ₂	0.11	0.02	0.21	4.85**	0.00
เสริมหลักสูตร X ₃	0.06	0.02	0.10	2.56**	0.01
การประเมินผล X ₄	0.06	0.03	0.09	2.29*	0.02
สนับสนุนจากผู้ปกครอง X ₅	0.08	0.03	0.14	3.34**	0.00
สนับสนุนจากชุมชน X ₆	0.07	0.03	0.10	2.58**	0.01
สนับสนุนจากโรงเรียน X ₇	0.26	0.03	0.36	9.01**	0.00

R²= 0.62

ผลการวิจัยพบว่า ความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการบริหารพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนที่ส่งผลต่อ การพัฒนาคุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยมีอำนาจการพยากรณ์ทั้งสิ้นร้อยละ 62 โดยปัจจัยที่ส่งผลในสองลำดับแรกได้แก่ การสนับสนุนจากโรงเรียน (b=0.26) และด้านการใช้สื่อและนวัตกรรมเทคโนโลยี (b=0.11) ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y = 1.40 + 0.02 X_1 + 0.11 X_2^{**} + 0.06 X_3^{**} + 0.06 X_4^* + 0.08 X_5^{**} + 0.07 X_6^{**} + 0.26 X_7^{**}$$

4.5 แนวทางในการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

จากผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ พระที่มีประสบการณ์โดยตรงในการให้การฝึกอบรม ศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ มีประสบการณ์ในการทำงานทางด้านนี้มาไม่ต่ำกว่า 3 ปี ได้แก่

- 1.พระอนันต์ ทีปธมโม
- 2.พระมหาจตุรฤ สิริภักโท
- 3.พระมหาอำนาจ อภิญาโณ
- 4.พระมหากันตพัฒน์ สุทธิญาโณ

ได้ผลสรุปดังนี้ แนวทางในการพัฒนาศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ต้องเกิดจาก ความร่วมมือระหว่าง วัด บ้าน โรงเรียน การศึกษาเช่นนี้เป็นสิ่งที่คู่กันมาอย่างยาวนาน และทั้ง 3 สิ่งนี้ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญอีกทั้งมีบทบาทในการพัฒนาเด็กนักเรียนด้วยให้เกิดความรู้ ความดี และความสุภาพ แม้ว่า การพัฒนาศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมอาจจะมีปัญหาบ้างในเรื่องความร่วมมือจากผู้ปกครอง และการขาดแคลน

บุคลากร แต่สิ่งเหล่านี้สามารถแก้ไขปัญหาไปได้ ด้วยความเข้าใจ อาศัย แนวทางการพัฒนาคือ ให้ผู้ปกครอง เข้ามาศึกษาพร้อมกับทางเด็กที่ตนปกครองด้วยกัน เมื่อผู้ปกครองมาร่วมศึกษาด้วย จึงจะได้ความรู้ไว้บอกต่อกับบุตรหลานของตน และคนอื่นๆต่อไป การพัฒนาคุณภาพนักเรียนควรจัดรูปแบบการสอนให้หลายรูปแบบ แทรกคุณธรรมจริยธรรมในการสอน ควบคู่กันทั้งทางโลกและทางธรรม ต้องปรับการเรียนการสอนให้ สอดคล้องกับปัจจุบัน และการพัฒนาคุณภาพนักเรียนให้มีความรู้ที่ดี นำไปใช้ได้และก่อให้เกิดความสุขต่อ ชุมชน

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. คุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า มีความแตกต่างกันในด้าน เพศ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจริญธณ ล้อมลาย (2555) ศึกษาเรื่อง คุณธรรม จริยธรรมที่พึงประสงค์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่า คุณธรรม และจริยธรรมที่พึงประสงค์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง โดยภาพรวม และรายด้าน คือ ด้านมีความกตัญญูทวดที่ ด้านมีความเมตตากรุณา โอบอ้อมอารี เอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ไม่เห็นแก่ตัว และด้านปฏิบัติตนเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม อยู่ในระดับค่อนข้างสูง ส่วนด้านความมีวินัย ความรับผิดชอบ ด้านมีความซื่อสัตย์สุจริต และด้านมีความประหยัดและใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า อยู่ในระดับสูง นักเรียนระดับมัธยมศึกษาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง ที่มีเพศต่างกัน และยังสอดคล้องกับ งานวิจัยของ อาจริยพงษ์ คำตัน (2554) ที่ทำวิจัยเรื่อง การปฏิบัติตนด้านคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึง ประสงค์ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า 2) นักเรียนที่มีเพศ ต่างกัน มีระดับการปฏิบัติตนด้านคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 ทั้งนี้เป็นเพราะธรรมชาติและบริบทของสังคมไทย มีแนวโน้มจะให้อิสระในการทำตามอำเภอใจ ให้กับ เพศชาย มากกว่า เพศหญิง ดังนั้นการหล่อหลอมเพื่อสร้างคุณธรรมจริยธรรมจึงเกิดกับเด็กหญิงได้ง่าย กว่าเด็กชาย

2. คุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า มีความแตกต่างกันในด้านระดับการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจริญธณ ล้อมลาย (2555) ศึกษา เรื่อง คุณธรรม จริยธรรมที่พึงประสงค์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง พบว่า คุณธรรม และจริยธรรมที่พึงประสงค์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัย รามคำแหง โดยภาพรวม และรายด้าน มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษา ทั้งนี้เนื่องจากการศึกษาจะ ช่วยหล่อหลอมแก่นักเรียนให้มีความ ดี เก่ง และมีความสุขได้มากขึ้น

3. คุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า มีความแตกต่างกันในด้านสถานภาพอาศัย อาชีพบิดาและอาชีพมารดา ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรพินทร์ สันติชัยอนันต์ (2553) ซึ่งศึกษาเรื่อง คุณธรรม จริยธรรม ของนิสิต นักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า นิสิตนักศึกษาที่ระดับ การศึกษาของบิดามารดา หรือผู้ปกครองต่างกัน มีคุณธรรมและจริยธรรมโดยรวมแตกต่าง ผลการวิจัยแสดง

ให้เห็นว่าการหล่อหลอมเพื่อการพัฒนาคุณภาพนักเรียนจะเกิดจากสภาพแวดล้อม และการอบรมเลี้ยงดูจาก ผู้ปกครองเป็นหลัก ส่วนการอบรมจากสถานศึกษา รวมถึงศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาจะเป็นตัวเสริมให้ นักเรียนเข้าถึงคุณธรรมจริยธรรมได้ง่ายขึ้น

4. อิทธิพลของความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ที่ส่งผลต่อ การพัฒนาคุณภาพนักเรียนของศูนย์ ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม พบว่า ความร่วมมือ ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง อันได้แก่ การสนับสนุนจากผู้ปกครอง ชุมชน และโรงเรียนมีผลต่อ การพัฒนาคุณภาพ นักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม สอดคล้องกับงานวิจัยของ ใจ บุญชัยมิ่ง (2560) ที่ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาวัดการจัดการ สาธารณูปการในจังหวัดพะเยา ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมของคณะสงฆ์ หน่วยงานภาครัฐและชุมชนใน การพัฒนาวัด มีการประชุมคณะสงฆ์ในจังหวัด แนะนำชี้แจงการก่อสร้างเสนาสนะในวัด โดยเน้นให้อนุรักษ์ รูปแบบล้านนาไทยพระสงฆ์ต้องเป็นนักพัฒนา นักอนุรักษ์วางผังวัดให้เป็นสัดส่วนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม พัฒนานุรักษ์โดยประชุมอบรมกรรมการวัด ครูสอนศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์

5. อิทธิพลของการบริหารพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอนที่ส่งผลต่อ การพัฒนา คุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม การบริหาร พัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอน เกิดจาก ด้านการใช้สื่อและนวัตกรรมเทคโนโลยี ด้านกิจกรรม เสริมหลักสูตร และด้านการวัดผลประเมินผลตามสภาพจริง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พระครูโพธิสุวรรณคุณ (มานพ จนทาโท) (2559) ทำการวิจัยเรื่อง บทบาทของพระสอนศีลธรรมในโรงเรียนที่มีต่อการจัดการเรียน การสอนในจังหวัดสุพรรณบุรี ที่เสนอว่าปัญหาขาดการร่วมมือระหว่าง บ้าน วัด และสถานราชการสิ่งสนับสนุนทาง การศึกษา เช่น สื่อ อุปกรณ์ต่างๆ และนวัตกรรมเทคโนโลยี ไม่มีความหลากหลาย และไม่เท่าทันภาวะการณ์ใน ปัจจุบัน ส่วนกิจกรรมยังขาดการนำเสนอข้อมูลที่สนับสนุนการศึกษาต่อผู้เรียน ส่วนผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา นั้น การประเมินผลไม่มีความหลากหลายไม่สอดคล้องกับสภาพจริง ควรได้รับการพัฒนาโดย อาศัย พระสอน ศีลธรรมควรมีการทบทวนบทเรียนที่ได้สอนมาแล้วก่อนเข้าสู่เนื้อหาในปัจจุบัน ควรเพิ่มจำนวนพระสอน ศีลธรรมให้ครอบคลุมทั่วทุกโรงเรียน ควรสร้างบรรยากาศ สนับสนุนทางการศึกษา พร้อมทั้งการวัดผลและ ประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ และใช้แนวทางในการพัฒนาบทบาทของพระสอนศีลธรรมในโรงเรียนที่มีต่อการ จัดการเรียนการสอนในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า คณะพระสงฆ์จังหวัดได้ให้การสนับสนุนพระสอนศีลธรรมใน การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่ช่วยเหลือและพัฒนาชุมชน โดยการอบรม การสอนธรรมะ การให้ความรู้ การจัด กิจกรรมในวันสำคัญทางศาสนา เพื่อให้โรงเรียนและชุมชนได้เข้ามาร่วมและได้รับความรู้ต่างๆ เกี่ยวกับธรรมะ และความรู้ทั่วไป สามารถนำความรู้ไปพัฒนาตนเองและชุมชนต่อไป ส่วนโรงเรียนมีความคาดหวังกับพระสอน ศีลธรรมมาก จึงเห็นว่าการสอนศีลธรรมเป็นหน้าที่ของพระสงฆ์ และยังสะท้อนให้เห็นว่าหน่วยงานต้นสังกัด ควรแนะนำเทคนิคการสอน และการวัดและประเมินผลที่สามารถนำข้อค้นพบดังกล่าวไปสู่การพัฒนา นอกจากนี้การให้ความอนุเคราะห์ส่งพระสอนศีลธรรมมาสอนนักเรียน ทำให้นักเรียนมีความประพฤติดี และ การเรียนดีขึ้น และด้านการอำนวยความสะดวกและการสนับสนุนเห็นว่าขาดการประสานงานอย่างต่อเนื่อง

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. คุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่ามี ความแตกต่างกัน ดังนั้นการให้การศึกษาโดยคำนึงถึงความแตกต่างกันของนักเรียนแต่ละคนจึงมีความสำคัญ นักเรียนแต่ละคนมีพื้นฐานและบริบทที่แตกต่างกัน มาอยู่รวมกัน ย่อมแสดงออกถึงพฤติกรรมที่แตกต่างกัน เป็นหน้าที่ของผู้สอนที่ต้องเอาใจใส่ในความแตกต่างเหล่านั้น นอกเหนือจากการปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม ผู้สอน ต้องศึกษาถึงความต้องการที่แท้จริง และพื้นฐานที่แตกต่างกันของนักเรียนควบคู่กันไปด้วย

2. ผลจากการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า ความร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง อันได้แก่ การสนับสนุนจากผู้ปกครอง ชุมชน และโรงเรียนมีผลต่อ การพัฒนาคุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ส่วนผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า การพัฒนาศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม ต้องเกิดจาก ความร่วมมือระหว่าง วัด บ้าน โรงเรียน การศึกษาเช่นนี้เป็นสิ่งที่คู่กันมาอย่างยาวนาน และทั้ง 3 สิ่งนี้ถือว่าเป็นหัวใจสำคัญอีกทั้งมีบทบาทในการพัฒนาเด็กนักเรียนด้วยให้เกิด ความรู้ ความดี และความ สุข จะเห็นได้ว่าผลที่เกิดจากการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพสอดคล้องกัน แสดงให้เห็นว่า รากฐานการปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม ในอดีต จนถึงปัจจุบัน และต่อไปยังอนาคต ความร่วมมือกันของสามสถาบัน ที่เรียกว่า "บวร" ยังคงอยู่ แต่ต้องมีการร่วมมือกัน โดยตั้งเป็นเครือข่ายและหมั่นประชุมอยู่เสมอ

3. ผลจากการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมอาจจะมีปัญหาบ้างในเรื่องความร่วมมือจากผู้ปกครอง ดังนั้นทางผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญกับการดึงศักยภาพของผู้ปกครองและหาทางให้เข้ามามีส่วนร่วมให้การศึกษา กับนักเรียน โดยการถ่ายทอดประสบการณ์ และเอาใจใส่สอดส่องนักเรียนถึงพฤติกรรมที่อยู่ที่บ้าน

4. ในขณะที่การบริหารพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนการสอน เกิดจาก ด้านการใช้สื่อ และนวัตกรรมเทคโนโลยี ด้านกิจกรรมเสริมหลักสูตร และด้านการวัดผลประเมินผลตามสภาพจริง แม้ว่าจาก ผลการวิจัยเชิงคุณภาพจะแสดงให้เห็นว่า ศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ ยังขาดความพร้อมในเรื่อง การขาดแคลนบุคลากร การดึงบุคลากร อาชีพ วิชาชีพ ชุมชน ครู นักศึกษามหาวิทยาลัย และที่สำคัญคือ ผู้ปกครองของนักศึกษาเข้ามาช่วยอบรมสั่งสอนนักเรียนนักศึกษาจึงเป็นปัจจัยที่ขาดไม่ได้ในภาวะการณ์ยุค โลกาภิวัตน์

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยดังกล่าวศึกษาเฉพาะคุณภาพนักเรียนของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ วัดพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐมผู้ที่สนใจอาจทำการศึกษาโดยขยายไปยังศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์วัดอื่นในจังหวัดนครปฐม อาทิ วัดสำโรง วัดวังตะกู่ วัดห้วยจรเข้มะ วัดโพรงมะเดื่อ วัดกกตาล ฯลฯ ทั้งนี้เพราะปัจจุบันศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ มีถึง 20 วัด หากมีการขยายเขตแดน การศึกษาก็อาจจะได้ข้อค้นพบใหม่ที่แตกต่างกันออกไป

2. การวิจัยดังกล่าวเก็บข้อมูลเฉพาะนักเรียน และพระผู้ให้การศึกษาในศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ หากมีการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากผู้ปกครอง และชุมชน ที่เกี่ยวข้อง อาจจะได้ข้อค้นพบในเชิงลึกที่มากขึ้นอีก

3. ผู้ที่สนใจอาจนำตัวแบบดังกล่าวไปศึกษาเพิ่มเติมยังศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ ในจังหวัดอื่น ๆ เพื่อทำการศึกษาในเชิงเปรียบเทียบ

เอกสารอ้างอิง

- กรมการศาสนา. (2551). **คู่มือศูนย์การเรียนรู้ศีลธรรมในวัด**. กรุงเทพมหานคร: กรมการศาสนา.
- กรมการศาสนา. (2552). **คู่มือการปฏิบัติงานโครงการศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์**. กรุงเทพมหานคร: กรมการศาสนา.
- กรมสุขภาพจิต. (2556). **อีคิว: ความฉลาดทางอารมณ์**. นนทบุรี : พัฒนาสุขภาพจิต.
- ใจ บุญชัยมิ่ง. (2560).การศึกษากลยุทธ์การพัฒนาวัดการจัดการสาธารณสุขการในจังหวัดพะเยา **Dhammathas Academic Journal. (17) 2.115-126.**
- ธีรภัทร บัวคำศรี. (2562). **เก่ง ดี มีสุข ยังไง**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 2 มกราคม 2562 จาก <https://www.gotoknow.org/posts/204665>
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2553). **การบริหารงานวิชาการ**. กรุงเทพมหานคร : สหมิตรออฟเซท.
- พรรณภา ดาวตก. (2552). **ความพึงพอใจของผู้ปกครองเครือข่ายระบบดูแลนักเรียนที่มีต่อการบริหารโรงเรียนเป็นฐาน เขตพื้นที่การศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2**. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- พระครูโพธิสุวรรณคุณ (มานพ จันทาโก). (2559). **บทบาทของพระสอนศีลธรรมในโรงเรียนที่มีต่อการจัดการเรียนการสอนในจังหวัดสุพรรณบุรี**.วารสารสมาคมศิษย์เก่ามหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.5 (1).31-47.
- พระมหาทัศนันท์ โบราณมูล. (2555). **การบริหารงานของศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ในเขตกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร คณะศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา.
- พัทธยา เนตรธรรานนท์. (2550). **การศึกษาความคิดเห็นของผู้บริหารโรงเรียนและเจ้าอาวาสที่มีต่อความร่วมมือในการจัดการศึกษาระหว่างโรงเรียนกับวัด : กรณีศึกษาโรงเรียนประถมศึกษากรุงเทพมหานครที่ใช้พื้นที่ของวัด**. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มีชัย สายอร่าม. (2555). **การพัฒนาในมิติสังคมศาสตร์**. วารสารสีมาจารย์. 12 : 57-60.

- เรีงรณ ล้อมลาย. (2555). รายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาคุณธรรม และจริยธรรมที่พึงประสงค์ของนักเรียนระดับมัธยมศึกษาโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิโรจน์ สารรัตน์. (2555). การบริหารงานแบบกระจายอำนาจ. กรุงเทพมหานคร : ทิพย์วิสุทธิ.
- สุฉิรา ม่วงศรี และวลัยพร ศิริภิรมย์.(2558). การบริหารศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ในรูปแบบลักษณะใหม่. ONLINE JOURNAL OF EDUCATION.10 (3).480-492.
- สุปราณี เวชประสิทธิ์. (2555). การประเมินโครงการศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ คณะศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาการวิจัยและสถิติทางการศึกษา.
- สุรัสวดี ราชสกุลชัย. (2556). การวางแผนและการควบคุมทางการบริหาร. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรพินทร์ สันติชัยอนันต์.(2553). การศึกษาคุณธรรมและจริยธรรมของนิสิตนักศึกษาสถาบันอุดมศึกษาในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อาจริยพงษ์ คำตัน. (2554). การปฏิบัติตนด้านคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่พึงประสงค์ของนักเรียนโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตจังหวัดนครปฐม. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษามหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Faust-Horn, K.L. (2003). Parent and Teacher Perceptions of the Relationship Between Home-School Collaboration and Student Success in the Classroom. The Graduate School, University of Wisconsin-Stout.

อิทธิพลของการใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามหลักศีล 5
ของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐม

The influence of using the sufficiency economy philosophy that affects
the compliance with the 5 canon principles of secondary students
in Nakhon Pathom

พระมหาจักรพงษ์ กันรัมย์ *

(Phra Maha Chakrapong Kanyarum *)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง อิทธิพลของการใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามหลักศีล 5 ของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐม เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.ศึกษาระดับ การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ในการดำเนินชีวิตของนักเรียนมัธยมศึกษาใน จังหวัดนครปฐม 2.เปรียบเทียบระดับ การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ในการดำเนินชีวิตของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3. ศึกษาอิทธิพลของการใช้ปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามหลักศีล 5 ของนักเรียนมัธยมศึกษา ในจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษา มัธยมศึกษา จังหวัดนครปฐม โดยหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการใช้สูตรของ เครจซี่และมอร์แกน ยอมให้เกิด ความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 จะได้ขนาดของตัวอย่าง จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลได้แก่ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยผู้วิจัย โดยค่าความตรงด้านเนื้อหาระหว่าง 0.67 – 1.00 ค่าความเชื่อมั่นด้าน การใช้ปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียง เท่ากับ 0.72-0.85 และ การปฏิบัติ ตามหลักศีล 5 ในการดำเนินชีวิต เท่ากับ 0.71-0.88 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การ วิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุ ผลการวิจัยพบว่า

1. การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ในการดำเนินชีวิตของนักเรียนมัธยมศึกษาใน จังหวัดนครปฐมอยู่ใน ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.29) โดยข้อที่ได้รับการประเมินสูงสุดได้แก่ การเว้นจากการถือเอาสิ่งของที่ เจ้าของไม่ได้ให้ (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.33)

*วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000 ภายใต้การควบคุมของ รองศาสตราจารย์ ไสรัจ ภายบริบูรณ์ และ อาจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย

Thesis Master of Business Administration General management Faculty of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University 73000

Corresponding author: nenzaza05@gmail.com

2. การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐม มีความแตกต่างกันตาม เพศ ระดับการศึกษา การเข้าค่ายจริยธรรม ประเภทของโรงเรียน อาชีพบิดา อาชีพมารดา และการศึกษาของมารดา

3. การใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงที่ส่งผลต่อ มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตามหลักศีล 5 ในการดำเนินชีวิตของนักเรียนมัธยมศึกษาใน จังหวัดนครปฐมในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุดนสามลำดับแรกได้แก่ ด้านเงื่อนไขความรู้ (b=0.22) ด้านความพอประมาณ (b=0.20) และด้านความมีเหตุผล (b=0.16) สมการมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 78 และสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y = 0.89 + 0.20 X_1^{**} + 0.16 X_2^{**} + 0.12 X_3^{**} + 0.22 X_4^{**} + 0.09 X_5^{**}$$

คำสำคัญ: หลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียง การปฏิบัติตามหลักศีล 5 นักเรียนมัธยมศึกษา

ABSTRACT

Research The influence of using the sufficiency economy philosophy that affects the compliance with the 5 canon principles of secondary students in Nakhon Pathom Is a quantitative research With the purpose of 1. Study the level of compliance with the 5 precepts in the life of secondary students in Nakhon Pathom. 2. Compare the level of compliance with the 5 precepts in the life of secondary students in Nakhon Pathom Province. Classified by personal factors and 3. Study the influence of using the self-sufficient economic philosophy that affects the compliance with the 5 precepts of secondary students. In Nakhon Pathom. The sample group used in this research was secondary school students. Nakhon Pathom By finding the sample size from using the formula of Krejcie and Morgan Allowing a 5 percent error to get the sample size of 400 people. Using quota sampling methods Tools used for data collection include Questionnaires created by the researcher with content validity between 0.67 - 1.00. The reliability use of self-sufficient economic philosophy is 0.72-0.85 and the compliance with the 5 precepts in life is 0.71-0.88.

Statistics used in data analysis consist of frequency, percentage, mean, standard deviation. Independent t-test One-way analysis of variance Correlation analysis And multiple regression analysis

The research results were as follows:

1. The compliance with the 5 precepts in the life of secondary students in Nakhon Pathom province is at the highest level (average value is 4.29). Abstinence from holding things that the owner does not provide (average is 4.33)

2. Compliance with the 5 precepts of secondary students in Nakhon Pathom Province There are differences according to gender, education level. Ethical Camp Type of school, occupation, father, maternal occupation and mother's education

3. The use of sufficiency economy principles that affect Influencing the compliance with the 5 precepts in the life of secondary students in Nakhon Pathom province in the overall picture with statistical significance The most effective factors in the first three are In terms of knowledge conditions (b = 0.22) in terms of moderation (b = 0.20) and rationality (b = 0.16), the equation has 78 percent predictive power and can be written as the equation

$$Y = 0.89 + 0.20 X_1^{**} + 0.16 X_2^{**} + 0.12 X_3^{**} + 0.22 X_4^{**} + 0.09 X_5^{**}$$

Keywords: Sufficiency Economy Philosophy, canonical practice 5, Secondary students

Article history:

Received 1 March 2019

Revised 28 April 2019

Accepted 30 April 2019

SIMILARITY INDEX = 0.96 %

1. บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทย มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งทางเศรษฐกิจ การเมือง การศึกษาและวัฒนธรรม ทั้งนี้เนื่องจากภาวะการเปลี่ยนแปลงของโลกตามกระแสโลกาภิวัตน์ และผลแห่งการเร่งรัดพัฒนาประเทศ มุ่งเน้นการแข่งขันเพื่อสร้างความมั่งคั่งในรายได้ โดยหวังจะทำให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น การพัฒนาของสังคมมนุษย์ในปัจจุบันนี้ โดยส่วนใหญ่ไม่มีทางออกจากปัญหา มีแต่สร้างปัญหาให้มากขึ้น เพราะไม่ได้พัฒนาทางด้านจิตใจจึงทำให้คนขาดความรักความเมตตา ขาดน้ำใจไมตรีเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กัน เพราะว่าการพัฒนานั้นเน้นเพียงด้านเดียว คือเรื่องของวัตถุ แล้วก็มุ่งหมายเอาความสนุกสนานทางวัตถุเป็นหลัก มนุษย์ก็ยิ่งมัวเมาในความสุขทางวัตถุยิ่งขึ้น เมื่อพัฒนาด้านวัตถุเพียบพร้อมด้วยเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ ให้เจริญก้าวหน้าได้เต็มที่แล้ว แต่จิตใจมนุษย์ยังไม่มีความสุข กลับมีความทุกข์ความเดือดร้อนในสังคมเพิ่มขึ้น

ศีล 5 ถือได้ว่าเป็นหลักธรรมขั้นพื้นฐานของมนุษย์ ซึ่งหมายถึงข้อกำหนดรู้สิ่งดีและชั่วเพื่อให้วาจาและใจพ้นจากการกระทำที่เป็นการเบียดเบียนตนเองและผู้อื่น ความสำคัญของศีล 5 นี้จากผลวิจัยของสำนักวิจัยสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ เรื่อง การสำรวจ ความรู้ ความเข้าใจและการปฏิบัติตามหลักธรรมทาง

พระพุทธรูปศาสนาของเยาวชนไทยที่กำลังศึกษาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า “การที่มีความรู้เรื่องศีล 5 มาก แต่มีความรู้ธรรมน้อย” ถือว่าเป็นการบกพร่อง เป็นการไม่เกื้อกูลให้เยาวชนได้ปฏิบัติตามหลักพระพุทธศาสนา เบื้องต้นได้อย่างเหมาะสมอันเป็นอุปสรรคต่อการปฏิบัติตามศีล 5 เพราะทำให้ต้องฝืนใจ จากหนังสือพิมพ์ฉบับหนึ่ง พาดหัวข่าวว่า “เด็กไทยรุ่นใหม่แนวโน้มนำเป็นห่วง คุณสมบัติจะใกล้เคียง” โดยเนื้อหาาระบุถึงงานวิจัยของ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เรื่อง คุณสมบัติของเด็กไทยรุ่นใหม่ ซึ่งทำการศึกษาลักษณะเด็กไทย ทั้งจากนักเรียนมัธยมและนักศึกษามหาวิทยาลัย ทั้งของรัฐและเอกชน และนำมาวิเคราะห์ให้เห็นแนวโน้มที่จะ เกิดกับสังคมในอีก 5-7 ปีข้างหน้า ซึ่งน่าเป็นห่วงเพราะเด็กรุ่นใหม่ที่จะเติบโต ถูกหล่อหลอมจาก สภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วย ยาเสพติด เพศสัมพันธ์เสรี สื่อลามกอนาจาร ความรุนแรง ความคิดเสรีที่ล้นไหล เข้ามาล้อมตัวเด็ก และจากเหตุการณ์ที่ พ่อแม่ทิ้งลูกตามสถานที่สาธารณะต่างๆ ในปัจจุบันที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งที่ จับได้และที่จับไม่ได้ ดุสิตโพลล์ได้สำรวจความคิดเห็นประชาชนทั้งในกรุงเทพและปริมณฑล หัวข้อ “พ่อแม่ทิ้ง ลูก” ในสายตาของ “ประชาชน” พบว่าเหตุการณ์ “พ่อแม่ทิ้งลูก” ในสายตาของ “ประชาชน” อันดับหนึ่งที่หนึ่ง สังคมไทยเริ่มถดถอยลงทุกวัน จิตใจคนเสื่อมลงโหดร้ายมากขึ้น อันดับที่สอง คนไทยถูกมองว่าเป็นประเทศที่ ขาดมนุษยธรรม คุณธรรมและสามัญสำนึกที่ดี อันดับที่สาม ปัจจุบันคนไทยไม่เกรงกลัวต่อบาปทางไกลพุทธ ศาสนา ทำให้คนทำผิดกันมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีผลการสำรวจการเข้าวัดของคนไทยของกรมศาสนา พบว่า ครอบครัวคนไทยร้อยละ 60-70 ไม่เคยเข้าวัด “สอบตกเกณฑ์การประเมินเป็นคนไทย”(สถาบันราชภัฏสวน ดุสิต, 2547)

สอดคล้องกับข้อมูลของสำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ ที่ได้เฝ้าระวังสถานการณ์เด็ก ในระยะเวลาอันยาวนานกว่า 5 ปี มีผลสรุปยืนยันถึงความรุนแรงของปัญหาพฤติกรรมเด็กและเยาวชน โดยพบว่า รายงานการวิจัย โครงการเฝ้าระวังรักษาคุณภาพอนาคตเยาวชนไทย ของสำนักวิจัย เอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (2548: 17) ได้ระบุประเด็นปัญหาความรุนแรงที่สุด 5 อันดับแรก ซึ่งมีเด็กและเยาวชนอายุ ระหว่าง 12 ถึง 24 ปี ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ 1) เหล้า/บุหรี เหล้า 5,921,275 คน บุหรี 2,023,893 คน 2) หนีเรียน 2,086,527 คน 3) ยาเสพติดใช้ยาบ้า 516,823 คน 4) เพศสัมพันธ์ 472,575 คน และ 5) การพนันเฉพาะ นักศึกษารุงเทพมหานคร 101,306 คน ปัญหาทั้งหมดข้างต้นนี้จะส่งผลกระทบต่อครอบครัวและสังคมไทย 10 ปีข้างหน้าเนื่องจากการวางรากฐาน การเรียนรู้คุณธรรม เกิดขึ้นจากการเรียนรู้จากวัยเด็กจนถึงอายุ 25 ปี เมื่อเด็กและเยาวชนขาดการปลูกฝังคุณธรรมในช่วงต้นของชีวิตเสียแล้ว จะทำให้เป็นผู้ใหญ่และครอบครัวที่ ด้อยคุณธรรมในอนาคต จึงเห็นได้ว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเร่งแก้ปัญหาตั้งแต่บัดนี้ มิฉะนั้นจะ กลายเป็นปัญหาที่สายเกินแก้ไขต่อไป นอกจากนี้เด็กที่อยู่ในสภาพยากจนและด้อยโอกาสอยู่เดิมแล้ว หากต้อง ประสบปัญหาพฤติกรรมเสี่ยงซ้ำเติมอีก จะยิ่งทำให้เด็กเหล่านี้อยู่ในสภาพยากลำบากซ้ำซ้อนมากขึ้นจาก สถานการณ์บ้านเมืองในห้วงเวลาที่ผ่านมา ประเทศไทยประสบปัญหามากมาย ประกอบด้วย การกระทำผิด กฎหมาย ปัญหาอาชญากรรม การทำลายทรัพย์สินของชาติ สิ่งแวดล้อม การระบาดของสิ่งเสพติดและ อบายมุข การแตกแยกทางความคิด การเห็นประโยชน์ส่วนตนมากกว่าประโยชน์ส่วนรวม และการจับจ้วงดู หมิ่นสถาบันหลักของชาติ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ล้วนเกิดจากการขาดสติ จิตสำนึก ศีลธรรมและคุณธรรมจริยธรรม อันจะส่งผลให้สังคมเกิดความขัดแย้ง

เพื่อก่อให้เกิดแนวทางในการปฏิบัติตามศีล 5 นักเรียนจำเป็นต้องมีหนทางในการเข้าถึง ซึ่งแนวทางดังกล่าวคือการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงมาใช้ในชีวิตประจำวัน เพราะแนวทางดังกล่าวเป็นหนทางในการพัฒนาคนให้มีคุณภาพสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างพอเพียงคือเจริญก้าวหน้าไปอย่างสมดุลและมีความสุขตามอัตภาพและพร้อมที่จะร่วมรับผิดชอบภารกิจอันเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมคนที่พัฒนาตนเองจนสามารถดำเนินชีวิตอย่างพอเพียงจึงหมายถึงเป็นคนทั้งดีและเก่งคือมีคุณธรรมกำกับความรู้สามารถคิดพิจารณาแยกแยะ ถูก/ผิด ควร/ไม่ควร เศรษฐกิจพอเพียง เป็นปรัชญาชี้ถึงแนวการดำรงอยู่ และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชนจนถึงระดับรัฐ ทั้งในการพัฒนา และบริหารประเทศให้ดำเนินไปใน ทางสายกลาง โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจเพื่อให้ก้าวทันต่อโลกยุคโลกาภิวัตน์ (ไพเราะ เลิศวิราม 2550: 43) จากที่กล่าวมาในเบื้องต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษา เรื่อง อิทธิพลของการใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามหลักศีล 5 ของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐม โดยมุ่งเน้นการใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงเป็นตัวแปรนำร่องในการปฏิบัติตามศีล 5 ของนักเรียน เพื่อให้นักเรียนได้มีแนวทางที่ถูกต้องในการดำเนินชีวิตอย่างผาสุกต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการปฏิบัติตามหลักศีล 5 ในการดำเนินชีวิตของนักเรียนมัธยมศึกษาใน จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับการปฏิบัติตามหลักศีล 5 ในการดำเนินชีวิตของนักเรียนมัธยมศึกษาใน จังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการใช้ปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามหลักศีล 5 ของนักเรียนมัธยมศึกษา ในจังหวัดนครปฐม

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามประเด็นดังต่อไปนี้

2.1 การใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นที่รู้จักแพร่หลายและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับทุกระดับ ตั้งแต่ระดับบุคคลครอบครัวชุมชนสังคมประเทศและสังคมโลกจึงมีบทความหนังสืองานวิจัยมากมายที่กล่าวถึงแนวคิดตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งการนำหลักกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปประยุกต์ช่วยทำให้ฝ่าฟันวิกฤตการณ์ต่างๆไปได้รวมทั้งความยั่งยืนของเครื่องปั้นดินเผาพื้นเมืองที่สามารถดำรงอยู่ถึงปัจจุบันส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการใช้ชีวิตของชุมชนตั้งแต่ดั้งเดิมดำเนินไปตามแนวทางหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทยเป็นปรัชญาชี้ถึงแนวการดำรงอยู่และปฏิบัติตนของประชาชนในทุกระดับตั้งแต่ระดับครอบครัว ระดับชุมชนจนถึงระดับรัฐ ได้มีนักวิชาการหลายท่านและหน่วยงานต่างๆ ให้ความหมายของเศรษฐกิจพอเพียง ไว้หลากหลายความหมาย ผู้วิจัยขอเสนอความหมายของเศรษฐกิจพอเพียง ดังนี้

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2550: 1) ได้กล่าวถึง เศรษฐกิจแบบพอเพียงไว้ว่า เป็นความสามารถในการดำรงชีวิตอย่างเรียบง่ายตามฐานะ มีความเป็นอยู่อย่างประมาณตน รายจ่ายไม่เกินรายรับ รู้จักเก็บออม รู้จักเลือกซื้อสินค้าที่ผลิตในท้องถิ่น มีการผลิตเพื่อให้พอมีพอกินในครอบครัว ชุมชน เหลือจากการบริโภคจึงนำไปจำหน่าย รู้จักการรวมกลุ่มสหกรณ์ เพื่อรักษาผลประโยชน์ของตนและสมาชิกในกลุ่ม

กชกร ชำนาญกิตติชัย และคณะ (2554) สรุปความหมายของเศรษฐกิจพอเพียง คือ การพึ่งตนเองให้ได้ โดยยึดหลักของความพอเพียงทั้งทางความคิดและการกระทำในการดำเนินชีวิต ประกอบสัมมนาอาชีพหาเลี้ยงตนเองอย่างสุจริต ไม่โลภหรือไม่ตักตวงในระดับที่เกินความต้องการจนต้องเบียดเบียนผู้อื่น หากแต่เป็นการยึดมั่นในหลักการดำเนินชีวิตที่อยู่บนพื้นฐานของการรู้จักตนเองและการพัฒนาตนเองก่อนเป็นพื้นฐาน

ปวัน มีนรัชเรื่องเดช (2549: 7) ได้กล่าวถึง นัยสำคัญของแนวคิดระบบเศรษฐกิจแบบพอเพียง ว่ามีองค์ประกอบหลักการพึ่งตนเองตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอยู่ 3 ประการ ได้แก่

ประการแรก เป็นระบบเศรษฐกิจที่ยึดถือหลักการที่ว่า “ตนเป็นที่พึ่งแห่งตน” โดยมุ่งเน้นการผลิตพืชผลให้เพียงพอกับความต้องการบริโภคในครัวเรือนเป็นอันดับแรก เมื่อเหลือพอจากการบริโภคแล้วจึงคำนึงถึงการผลิตเพื่อการค้าเป็นอันดับรองลงมาผลผลิตส่วนเกินที่ออกสู่ตลาดก็จะเป็นกำไรของเกษตรกร

ประการที่สอง เศรษฐกิจแบบพอเพียงให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มของชาวบ้าน ทั้งนี้กลุ่มชาวบ้านหรือองค์การชาวบ้านจะทำหน้าที่เป็นผู้ดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ให้หลากหลายครอบคลุมทั้งการเกษตรแบบผสมผสานหัตถกรรมการแปรรูปอาหาร การทำธุรกิจค้าขาย และ การท่องเที่ยวระดับชุมชน

ประการที่สาม เศรษฐกิจแบบพอเพียงตั้งอยู่บนพื้นฐานของการมีความเมตตา ความเอื้ออาทร และความสามัคคีของสมาชิกในชุมชนในการร่วมแรงร่วมใจเพื่อประกอบอาชีพต่าง ๆ ให้บรรลุผลสำเร็จประโยชน์ที่เกิดขึ้นจึงมิได้หมายถึงรายได้แต่เพียงมิติเดียว หากแต่ยังรวมถึงประโยชน์ในมิติอื่น ๆ ด้วย ได้แก่ การสร้างความมั่นคงให้กับสถาบันครอบครัว สถาบันชุมชนความสามารถในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของชุมชนบนพื้นฐาน

2.2 แนวคิดและความเป็นมาของศีล 5

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน.(2554). ได้ให้ความหมายนิจศีลว่า (นิจจะสิ้น) ศีลที่ควรรักษาเป็นนิจ ได้แก่ ศีล แปลว่า เป็นปกติ เสมอไป, มักใช้ว่า เป็นนิจศีล. (ป. นิจจศีล). ศีลที่ควรรักษาเป็นนิจ ได้แก่ ศีล 5

ศีล 5 เรียกว่า อคาริยวินัย คือ ข้อปฏิบัติสำหรับฝึกหัดกายและวาจาของผู้ครองเรือนท่านรวมศีล 5 จำนวน 4 ข้อ คือ ปาณาติบาตา เวรมณี เจตนาจเว้นจากทำชีวิตสัตว์ให้ตกลงไปตันทนาทานา เวรมณี เจตนาจเว้นจากการถือเอาสิ่งของที่เจ้าของมิได้ให้ กาเมสุมิจฉาจาราเวรมณีเจตนาจเว้นจากประพฤติดินในกาม มุสวาทาเวรมณี เจตนาจเว้นจากกล่าวเท็จ

พระมหาสมบุรณ์ วุฑฒิกโร (2550) เสนอว่า การประพฤติตามหลักของศีล 5 นั้นเป็นการพัฒนาตนเองคือรู้จักควบคุมตนเองไม่ทำให้ตนเองต้องเดือดร้อนในภายหลังในสิ่งที่ตนได้ทำลงไป เป็นการผูกมิตรไมตรีกับคน

ในสังคม เป็นการปรับตัวให้เข้ากับคนในสังคมได้โดยไม่ต้องก่อความเดือดร้อนให้แก่ตนเองและสังคมโดยส่วนรวม ทำให้อยู่ร่วมกันโดยสันติสุข อีกทั้งยังเป็นประโยชน์แก่ชีวิตถึง 2 ประการ คือ

1. ประโยชน์ตน คือการที่ได้ฝึกฝนอบรมตนดี บรรลุความเจริญก้าวหน้าแห่งสติปัญญาและคุณธรรมต่างๆ สมบูรณ์ด้วยวิชาและความประพฤติ สามารถเป็นที่พึ่งได้พึ่งตัวเองทั้งร่างกายและจิตใจ
2. ประโยชน์ผู้อื่น ประกอบด้วยเมตตา กรุณา สามารถช่วยเหลือชีวิตตนเองเกื้อกูลผู้อื่น เห็นประโยชน์ต่อผู้อื่น

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กอบกุล วิศิษฐ์สรศักดิ์ (2548) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการครองตนตามศีล 5 ของนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ปีการศึกษา 2548 ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการครองตนตามศีล 5 ของนักศึกษาส่วนใหญ่จะทำผิดศีล 5 ในพฤติกรรมพบเห็นทั่วไปในสังคม ไม่ส่งผลกระทบต่อสังคมนัก เช่น การตบยุง การพูดประชดผู้อื่น เป็นต้น และปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ สาขาวิชา ผลการศึกษา และที่พักอาศัย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการครองตนตามศีล 5 แต่ชั้นปีและอาชีพของผู้ปกครอง มีผลต่อพฤติกรรมการครองตนตามศีล 5 และปัจจัยสนับสนุนด้านความสัมพันธ์กับครอบครัว ประสบการณ์ร่วมกิจกรรมทางศาสนา และความรู้ที่ได้รับจากคำสอนทางศาสนา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการครองตนตามศีล 5 โดยกำหนดค่า นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อธิษฐาน พูลศิลป์ศักดิ์กุล (2548) ได้ศึกษาเรื่องการรักษาศีลห้าของพุทธศาสนิกชนวัยแรงงาน: กรณีศึกษาเขตสวนหลวงกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีการรักษาศีลห้าข้อ 1 เว้นจากการฆ่าสัตว์สี่ข้อ 2 เว้นจากการลักทรัพย์ สี่ข้อ 3 เว้นจากการประพฤตินอกใจ และสี่ข้อ 5 เว้นจากการดื่มสุราเมรัยในระดับมากที่สุด ส่วนการรักษาศีลห้าข้อ 4 เว้นจากการพูดปดอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการรักษาศีลห้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกนั้น คือ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรักษาศีลห้าของพุทธศาสนิกชน

อมร อ่ำไผ่รุ่งเรือง (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการรักษาและการล่วงละเมิดศีล 5 ของพุทธศาสนิกชนกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ทุกปัจจัยไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพรายได้ต่อเดือน ระยะเวลาที่อาศัย เขตที่อาศัย และลักษณะสภาพแวดล้อมที่อาศัย ในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลต่อระดับทัศนคติที่มีต่อศีล 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

พระประพันธ์ศักดิ์ธีรธมโม และอุทัย สติมัน (2559) ทำวิจัยเรื่องการนำศีล 5 ไปใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อส่งเสริมจริยธรรมของนักเรียนระดับชั้น มัธยมศึกษาโรงเรียนหนองแค (สรกิจพิทยา) จังหวัดสระบุรี ผลการวิจัย พบว่า 1. การเปรียบเทียบพฤติกรรมการนำศีล 5 ไปใช้ในชีวิตประจำวัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ อายุ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการนำศีล 5 ไปใช้ในชีวิตประจำวัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนอาชีพของผู้ปกครองแหล่งการรับรู้เรื่องศีล 5 พื้นฐานทางศาสนา ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับพฤติกรรม 2. ปัญหาและอุปสรรคในการนำศีล 5 ไปใช้ในชีวิตประจำวัน พบว่า

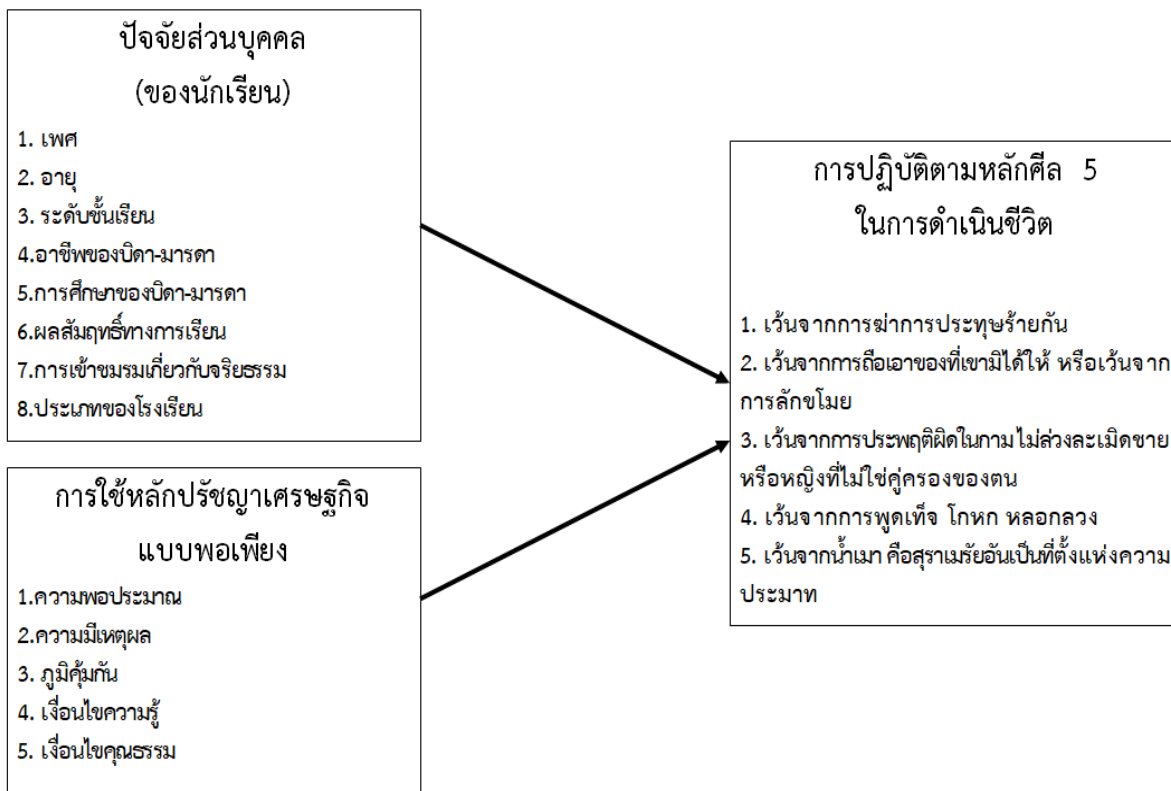
กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เข้าใจเรื่องศีล 5 ที่ถูกต้อง เห็นว่าศีล 5 ไม่เหมาะกับการประยุกต์ใช้ในชีวิตปัจจุบัน ไม่สอดคล้องกับการดำรงชีวิตที่มีการกระตุ้นความอยากความต้องการสูง และ 3. แนวทางการส่งเสริมจริยธรรมที่เกี่ยวข้องกับศีล 5 คือ องค์กรทางพระพุทธศาสนา รัฐ และองค์กรต่างๆ ไป ควบคุมสร้างความเข้าใจ และชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของศีล 5 ในฐานะที่เป็นคุณธรรมและจริยธรรมพื้นฐานที่สำคัญแห่งความเป็นมนุษย์ อันจะได้นำไปสู่ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างมีศักดิ์ศรีแห่งความเป็นมนุษย์ สร้างพื้นฐานแห่งวินัย ศีล ที่เกื้อหนุนต่อความก้าวหน้าในการปฏิบัติและพัฒนาพฤติกรรมและจิตสำนึกที่สูงขึ้นไป

กิตติชัย สุธาสิโนบล.(2556) ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการตามแนวพุทธ เพื่อสะท้อนแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในบริบทแห่งสังคมไทยยุคปัจจุบัน งานวิจัยดังกล่าวมีเพื่อ พัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการตามแนวพุทธ เพื่อสะท้อนแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในบริบทแห่งสังคมไทยยุคปัจจุบัน และเพื่อศึกษาผลการเรียนรู้ด้านความประพฤติของนักเรียน ผลการวิจัยพบว่าการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการตามแนวพุทธจะสะท้อนแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในบริบทแห่งสังคมไทยยุคปัจจุบันที่พัฒนาขึ้นพัฒนานักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Wisit Rittiboonchai (2017) ศึกษาเรื่อง การใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงต่อความสุขในการทำงานของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากตัวอย่างจำนวน 406 ราย ด้วยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน โดยผลการวิจัยพบว่า การใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับสูง ด้านที่ได้รับการประเมินในสามลำดับแรก ได้แก่ เงื่อนไขความรู้ เงื่อนไขทางด้านคุณธรรม และการมีภูมิคุ้มกันในการที่ดี ความสุขของพนักงานในกรุงเทพ โดยรวมอยู่ในระดับสูง ด้านที่มีได้รับการประเมินในลำดับแรก ได้แก่ คุณธรรมการเรียนรู้และการผ่อนคลาย (ค่าเฉลี่ย = 4.19) ผลการศึกษา การใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงต่อความสุขในการทำงานของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่ามีนัยสำคัญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าอิทธิพลเท่ากับ 0.86 และมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 77

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ของ กชกร ชำนาญกิตติชัย และคณะ (2554) แนวคิดและความเป็นมาของศีล 5 ของ พระมหาสมบุรณ์ วุฑฒิกโร (2550) มาผสมผสานผลการวิจัยของ กอบกุล วิศิษฐ์สรศักดิ์ (2548); อธิษฐาน พูลศิลป์ศักดิ์กุล (2548) ; ออมร อำไพรุ่งเรือง (2554); พระประพันธ์ศักดิ์ธีรธมโม และอุทัย สติมัน.(2559) ;กิตติชัย สุธาสิโนบล.(2556) และ Wisit Rittiboonchai (2017) มาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 ถึงนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ในจังหวัดนครปฐม จำนวน 31,131 ราย (กลุ่มงานข้อมูลและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดนครปฐม 2559,18) ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาที่ 1 ถึงนักศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 400 คน โดย Krejcie and Morgan (1970) ยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 และมีการเพิ่มจำนวนตัวอย่างเป็น 400 ราย ใช้แบบสอบถามที่อาศัยแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกรอบแนวคิดการศึกษาวิจัย โดยตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (content validity) และนำแบบสอบถามมาหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ได้ค่าความเชื่อมั่นของ การใช้ปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียง อยู่ระหว่าง 0.72-0.85 และค่าความเชื่อมั่นของการปฏิบัติตามหลักศีล 5 ในการดำเนินชีวิต อยู่ระหว่าง 0.71-0.88 สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุ

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

จากข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 50.50) อายุ 11-13 ปี (ร้อยละ 70.50) การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น (ร้อยละ 60.00) อาชีพบิดาคือรับจ้าง (ร้อยละ 36.00) อาชีพมารดา คือ รับจ้าง (ร้อยละ 39.50) การศึกษาของบิดา คือ สูงกว่ามัธยมปลาย (ร้อยละ 64.50) การศึกษาของมารดา คือ มัธยมปลาย (ร้อยละ 63.50) นักศึกษาส่วนใหญ่เคยเข้าค่ายจริยธรรม (ร้อยละ 76.75) และศึกษาในโรงเรียนรัฐบาล (ร้อยละ 77.75)

4.2 การใช้ปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียง ของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 1 การใช้ปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียง

การใช้ปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียง	Mean	SD.	ประเมิน
ด้านความพอประมาณ	4.35	0.36	มากที่สุด
ด้านความมีเหตุผล	4.37	0.38	มากที่สุด
ด้านการมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว	4.33	0.37	มากที่สุด
ด้านเงื่อนไขความรู้	4.34	0.38	มากที่สุด
ด้านเงื่อนไขคุณธรรม	4.38	0.42	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.35	0.30	มากที่สุด

ผลการวิจัยพบว่า การใช้ปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.35) โดยข้อที่ได้รับการประเมินสูงสุดได้แก่ ด้านเงื่อนไขคุณธรรม (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.38)

4.3 การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ในการดำเนินชีวิตของนักเรียนมัธยมศึกษาใน จังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 2 การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ในการดำเนินชีวิตของนักเรียนมัธยมศึกษาใน จังหวัดนครปฐม

การปฏิบัติตามหลักศีล 5	Mean	SD.	ประเมิน
เว้นจากการทำลายชีวิตสัตว์	4.31	0.42	มากที่สุด
เว้นจากการถือเอาสิ่งของที่เจ้าของไม่ได้ให้	4.33	0.35	มากที่สุด
การเว้นจากการประพฤติผิดในกาม	4.32	0.46	มากที่สุด
เว้นจากการกล่าวคำเท็จ	4.30	0.41	มากที่สุด
เว้นจากการดื่ม น้ำเมา คือ สุรา และ เมรัย อันเป็นที่ตั้งแห่งความประมาท	4.22	0.38	มากที่สุด
การปฏิบัติตามหลักศีล 5	4.29	0.30	มากที่สุด

ผลการวิจัยพบว่า การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ในการดำเนินชีวิตของนักเรียนมัธยมศึกษาใน จังหวัดนครปฐมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.29) โดยข้อที่ได้รับการประเมินสูงสุดได้แก่ การเว้นจากการถือเอาสิ่งของที่เจ้าของไม่ได้ให้ (ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.33)

4.4 การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 3 สรุปผลการปฏิบัติตามหลักศีล 5 ของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

	เพศ	การศึกษา	เข้าค่าย	โรงเรียน	อายุ	อาชีพบิดา	อาชีพมารดา	ศึกษาบิดา	ศึกษามารดา
สถิติที่ใช้	t-test	t-test	t-test	t-test	ANOVA	ANOVA	ANOVA	ANOVA	ANOVA
ศีลข้อ1	-1.87	-3.21**	-2.86**	-2.71**	3.38*	7.42**	7.87**	1.97	2.21
ศีลข้อ2	-0.45	-3.36**	-1.76	-1.81	1.22	6.60**	6.37**	0.36	8.65**
ศีลข้อ3	-2.46**	-4.68**	-2.26*	-1.96	0.11	4.48**	4.18**	0.58	6.86**
ศีลข้อ4	-1.72	-2.93**	-2.07*	-1.60	4.94**	11.54**	7.73**	0.62	9.27**
ศีลข้อ5	-2.07*	-3.66**	-2.59**	-2.57**	1.91	5.37**	2.67*	3.49*	2.94*
หลักศีล 5	-2.35*	-4.86**	-2.92**	-2.69**	2.78	11.04**	8.49**	0.86	9.68**

ผลการวิจัยพบว่า การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐม มีความแตกต่างกันตาม เพศ ระดับการศึกษา การเข้าค่ายจริยธรรม ประเภทของโรงเรียน อาชีพบิดา อาชีพมารดา และการศึกษาของมารดา

4.5 อิทธิพลของการใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามหลักศีล 5 ของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐม

ก่อนการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเชิงพหุ ผู้วิจัยทำการทดสอบค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างตัวแปรอิสระเพื่อทดสอบปัญหาภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุ ซึ่งพบว่า ไม่มีตัวแปรอิสระคู่ใดมีความสัมพันธ์กันเกินร้อยละ 80 จึงไม่พบปัญหาภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุ สามารถวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยเชิงพหุได้

ตารางที่ 4 การใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงที่ส่งผลต่อ การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ในการดำเนินชีวิตของนักเรียนมัธยมศึกษาใน จังหวัดนครปฐมในภาพรวม

	B	SE	Beta	t	sig
(Constant)	0.89	0.14		6.36**	0.00
ด้านความพอประมาณ X ₁	0.20	0.04	0.24	5.58**	0.00
ด้านความมีเหตุผล X ₂	0.16	0.03	0.20	4.95**	0.00
ด้านการมีภูมิคุ้มกัน X ₃	0.12	0.04	0.14	3.32**	0.00
ด้านเงื่อนไขความรู้ X ₄	0.22	0.04	0.27	5.97**	0.00
ด้านเงื่อนไขคุณธรรม X ₅	0.09	0.03	0.12	2.91**	0.00

R²= 0.78

ผลการวิจัยพบว่าการใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงที่ส่งผลต่อ มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติตามหลักศีล 5 ในการดำเนินชีวิตของนักเรียนมัธยมศึกษาใน จังหวัดนครปฐมในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุด在三ลำดับแรกได้แก่ ด้านเงื่อนไขความรู้ (b=0.22) ด้านความพอประมาณ (b=0.20) และด้านความมีเหตุผล (b=0.16) สมการมีอำนาจพยากรณ์ร้อยละ 78 และสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y = 0.89 + 0.20 X_1^{**} + 0.16 X_2^{**} + 0.12 X_3^{**} + 0.22 X_4^{**} + 0.09 X_5^{**}$$

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐม มีความแตกต่างกันตาม เพศ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ อมร อำไพรุ่งเรือง (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการรักษาและการล่วงละเมิดศีล 5 ของพุทธศาสนิกชนกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า เพศ มีผลต่อระดับทัศนคติที่มีต่อศีล 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และงานวิจัยของ พระประพันธ์ศักดิ์ธีรธมโม และ อุทัย สติมัน (2559) ทำวิจัยเรื่องการนำศีล 5 ไปใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อส่งเสริมจริยธรรมของนักเรียนระดับชั้น มัธยมศึกษาโรงเรียนหนองแค (สรกิจพิทยา) จังหวัดสระบุรี กลุ่มตัวอย่างที่มี เพศ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการนำศีล 5 ไปใช้ในชีวิตประจำวัน แตกต่างกัน ซึ่งผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมและการหล่อหลอมทางสังคม มีแนวโน้มที่จะเปิดโอกาสให้นักเรียนชายทำผิดศีล 5 ได้ง่ายกว่าเพศหญิง เป็นหน้าที่ของผู้ให้การฝึกอบรมต้องปรับทัศนคติดังกล่าว ในเรื่องความเท่าเทียมของคน ทั้งในนักเรียน และผู้ปกครองในฐานะผู้ให้การสนับสนุนการฝึกอบรม และต้องมีการปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมด้วย

2.การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐม มีความแตกต่างกันตามระดับการศึกษา ผลการวิจัยจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ งานวิจัยของ พระประพันธ์ศักดิ์ธีรธมโม และอุทัย สติมัน. (2559) ทำวิจัยเรื่องการนำศีล 5 ไปใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อส่งเสริมจริยธรรมของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาโรงเรียนหนองแค (สรกิจพิทยา) จังหวัดสระบุรี พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มี ระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการนำศีล 5 ไปใช้ในชีวิตประจำวัน แตกต่างกัน อธิษฐาน พูลศัลย์ศักดิ์กุล (2548) ได้ศึกษาเรื่องการรักษาศีลห้าของพุทธศาสนิกชนวัยแรงงาน:กรณีศึกษาเขตสวนหลวงกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ และระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการรักษาศีลห้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐม มีความแตกต่างกันตามประสบการณ์การเข้าค่ายจริยธรรม ผลการวิจัยจะขัดแย้งกับงานวิจัยของ กอบกุล วิศิษฐ์สรศักดิ์ (2548) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการครองตนตามศีล 5 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ผลการศึกษาพบว่า ประสบการณ์ร่วมกิจกรรมทางศาสนา ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการครองตนตามศีล 5 โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้นการให้การอบรมโดยจัดค่ายจริยธรรมจะช่วยส่งเสริมให้นักเรียนมีการปฏิบัติตามหลักศีล 5 ได้ดีขึ้น

4.การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐม มีความแตกต่างกันตามประเภทของโรงเรียน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมร อำไพรุ่งเรือง (2554) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการรักษาและการล่วงละเมิดศีล 5 ของพุทธศาสนิกชนกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าเขตที่อาศัย และลักษณะสภาพแวดล้อมที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร มีผลต่อระดับทัศนคติที่มีต่อศีล 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ขัดแย้งกับงานวิจัยของ กอบกุล วิศิษฐ์สรศักดิ์ (2548) ซึ่ง ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการครองตนตามศีล 5 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ปีการศึกษา 2548 ผลการศึกษาพบว่า ที่พักอาศัย ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการครองตนตามศีล 5 ผลการวิจัยดังกล่าวจะพบว่าสภาพของโรงเรียนมีผลต่อ การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ดังนั้น สภาพของโรงเรียน ลักษณะของการให้การจัดอบรม และการเรียนการสอนจึงมีผลอย่างยิ่งในการหล่อหลอมนักเรียน

5. การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐม มีความแตกต่างกันตามอาชีพบิดา อาชีพมารดา และการศึกษาของมารดา สอดคล้องกับงานวิจัยของ กอบกุล วิศิษฐ์สรศักดิ์ (2548) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการครองตนตามศีล 5 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ปีการศึกษา 2548 ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการครองตนตามศีล 5 ซึ่งพบว่าอาชีพของผู้ปกครอง มีผลต่อพฤติกรรมการครองตนตามศีล 5 โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ผลการวิจัยดังกล่าวจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ แต่จะขัดแย้งกับงานวิจัยของ พระประพันธ์ศักดิ์ธีรธมโม และอุทัย สติมัน.(2559) ซึ่งทำวิจัยเรื่องการนำศีล 5 ไปใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อส่งเสริมจริยธรรมของนักเรียนระดับชั้น มัธยมศึกษาโรงเรียนหนองแค (สรกิจพิทยา) จังหวัดสระบุรี กลุ่มตัวอย่างที่มี อาชีพผู้ปกครองแหล่งการเรียนรู้เรื่องศีล 5 พื้นฐานทางศาสนา ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อระดับพฤติกรรม แสดงให้เห็นว่าการหล่อหลอมนักเรียนให้มีการปฏิบัติตามหลักศีล 5 ไม่ได้เกิดจากการเรียนการสอนเท่านั้น แต่เกิดจากสภาพแวดล้อม การปลูกฝัง การเป็นแบบอย่างจากครอบครัว

6.. การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐม ไม่มีความแตกต่างกันตามอายุ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมร อำไพรุ่งเรือง (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการรักษา และการล่วงละเมิดศีล 5 ของพุทธศาสนิกชนกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า อายุ มีผลต่อระดับทัศนคติที่มีต่อศีล 5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 งานวิจัยของ พระประพันธ์ศักดิ์ธีรธมโม และอุทัย สติมัน (2559) ทำวิจัยเรื่องการนำศีล 5 ไปใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อส่งเสริมจริยธรรมของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษา โรงเรียนหนองแค (สกรกิจพิทยา) จังหวัดสระบุรี พบว่า อายุ ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการนำศีล 5 ไปใช้ใน ชีวิตประจำวัน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่จะขัดแย้งกับงานวิจัยของ อธิชฎาน พูล ศิลป์ศักดิ์กุล (2548) ซึ่งได้ศึกษาเรื่องการรักษาศีลห้าของพุทธศาสนิกชนวัยแรงงาน:กรณีศึกษาเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับการรักษาศีลห้าของพุทธศาสนิกชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

7. การใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงมีอิทธิพลต่อ การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ในการดำเนินชีวิตของนักเรียนมัธยมศึกษาใน จังหวัดนครปฐม ในทุกด้าน โดยค่าที่มีสัมประสิทธิ์สูงสุดได้แก่ เจื่อนใจความรู้ และ ความพอประมาณ ผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติชัย สุทธาสีโนบล.(2556) ซึ่งทำการศึกษา เรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการตามแนวพุทธ เพื่อสะท้อนแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในบริบทแห่งสังคมไทยยุคปัจจุบัน ผลการวิจัยพบว่า การจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการตามแนวพุทธจะสะท้อนแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในบริบทแห่งสังคมไทยยุคปัจจุบันที่พัฒนาขึ้น พัฒนานักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1 .การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐม มีความแตกต่างกันตาม เพศ ระดับการศึกษา การเข้าค่ายจริยธรรม ประเภทของโรงเรียน อาชีพบิดา อาชีพมารดา และการศึกษาของมารดา แสดงให้เห็นว่าการหล่อหลอมจากสภาพของครอบครัว มีผลต่อการพัฒนานักศึกษาให้ปฏิบัติตามหลักศีล 5 หากต้องการจะปลูกฝังหลักคุณธรรมให้นักศึกษา นอกจากการคำนึงถึงปัจจัยความแตกต่างของครอบครัวแล้ว การให้ความสำคัญต่อ การเข้าค่ายจริยธรรม จะช่วยหล่อหลอมนักเรียนอยู่ในบรรยากาศตระหนักถึงความสำคัญในการปฏิบัติตนให้อยู่ในหลักคุณธรรมและจริยธรรมได้มากขึ้น

2. การใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงมีอิทธิพลต่อ การปฏิบัติตามหลักศีล 5 ในการดำเนินชีวิตของนักเรียนมัธยมศึกษาใน จังหวัดนครปฐม ในทุกด้าน ดังนั้นการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงมาปรับใช้จะช่วยให้ นักศึกษาเข้าถึงการปฏิบัติตามหลักศีล 5 หรือสรุปได้ว่า การวางหลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงมาเพื่อพัฒนานักศึกษาให้อยู่บนการปฏิบัติศีล 5 นั้นมีความเหมาะสมเป็นอย่างยิ่ง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็น วัด สถานศึกษา หรือแม้แต่ในครอบครัวจึงควรปลูกฝังเด็กให้น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ดำเนินชีวิตของตน

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยดังกล่าวศึกษาเฉพาะอิทธิพลของการใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจแบบพอเพียงที่ส่งผลต่อการปฏิบัติตามหลักศีล 5 ของนักเรียนมัธยมศึกษาในจังหวัดนครปฐม ผู้ที่สนใจอาจจะต่อยอดศึกษาไปยังกลุ่มนักเรียนชั้นประถม และอุดมศึกษา รวมถึงกลุ่มประชาชนทั่วไปในจังหวัดนครปฐม
2. การทำวิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก ซึ่งเป็นการสุ่มแบบไม่คำนึงถึงโอกาสทางสถิติผู้ที่สนใจอาจจะศึกษาต่อยอดโดยใช้เทคนิคการสุ่มแบบคำนึงโอกาสทางสถิติเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือของงาน
3. งานวิจัยดังกล่าวมุ่งไปที่การทำวิจัยเชิงปริมาณเท่านั้น ในการทำวิจัยครั้งต่อไปอาจศึกษาต่อยอดโดยเน้นไปที่การทำวิจัยเชิงคุณภาพ หรือทำวิจัยเชิงผสมผสาน

เอกสารอ้างอิง

- กชกร ชำนาญกิตติชัย ธิติมา ประภากรเกียรติ เอนก แสงโนรี และจิระเดช สมितिพรพรรณ(2554). การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินชีวิตของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. กรุงเทพมหานคร : รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- กอบกุล วิศิษฐ์สรศักดิ์ (2548).พฤติกรรมกรรมการรองตนตามศีล 5 ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ปีการศึกษา 2548. เพชรบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.
- กิตติชัย สุธาสิโนบล.(2556). การพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอนแบบบูรณาการตามแนวพุทธ เพื่อสะท้อนแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในบริบทแห่งสังคมไทยยุคปัจจุบัน.วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา.5 (1).149-164.
- กลุ่มงานข้อมูลและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดนครปฐม. (2559).บรรยายสรุปจังหวัดนครปฐม ปี 2559. นครปฐม : สำนักงานจังหวัดนครปฐม
- ปวัน มีนรัชเรื่องเดช. (2549). การประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงไปปฏิบัติ ของประชาชนที่เข้าร่วมโครงการชีวิตพอเพียงตามแนวพระราชดำริ. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน.(2554).เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา ๗ รอบ ๕ ธันวาคม ๒๕๕๔. กรุงเทพมหานคร : ราชบัณฑิตยสถาน.
- พระประพันธ์ศักดิ์ธีรธมโม และอุทัย สติมัน.(2559).การนำศีล 5 ไปใช้ในชีวิตประจำวันเพื่อส่งเสริมจริยธรรมของนักเรียนระดับพื้นฐาน มัธยมศึกษาโรงเรียนหนองแค (สริกพิทยา) จังหวัดสระบุรี.วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์.1(3).37-52.
- พระมหาสมบุญ วุฑฒิกโร.(2550)., แนวคิดและขบวนการพระพุทธศาสนาเพื่อสังคม. กรุงเทพมหานคร : บัณฑิตวิทยาลัย มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

- ไพเราะ เลิศวิราม.(2550). **Sufficiency Economy เศรษฐกิจพอเพียง**. กรุงเทพมหานคร:ไทยเดย์ดอทคอม.
สถาบันราชภัฏสวนดุสิต. (2547). **สวนดุสิตโพลล์: ความโหดร้ายของคนไทย ณ วันนี้**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 22
มีนาคม 2560 จาก <http://www.ryt9.com/s/sdp/127016>
- สำนักวิจัยเอแบคโพลล์ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ. (2548). **สื่อโทรทัศน์กับการใช้ความรุนแรงในกลุ่มเยาวชน:
กรณีศึกษานักเรียน/นักศึกษาในเขตกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพมหานคร : สำนักวิจัย
มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2550). **เศรษฐกิจแบบพอเพียง**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 10
พฤศจิกายน 2559. จาก <http://www.thaiedresearch.org/result/result.php?id=3996>.
- อมร อำไพรุ่งเรือง (2554). **การศึกษาพฤติกรรมกรรมการรักษาและการล่วงละเมิดศีล ๕ ของพุทธศาสนิกชน
กรุงเทพมหานคร .พุทธศาสตร์มหาบัณฑิต(พระพุทธศาสนา)**.มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช
วิทยาลัย.
- อธิษฐาน พูลศิลป์ศักดิ์กุล (2548). **การรักษาศีลห้าของพุทธศาสนิกชนวัยแรงงาน : กรณีศึกษาเขตสวน
หลวง กรุงเทพมหานคร**.ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Krejcie, R.V., & Morgan, D.W. (1970). Determining sample size for research activities.
Educational and Psychological Measurement, 30, 607-610.
- Wisit Rittiboonchai. (2017). The philosophy of sufficiency economy to happiness in the work of
the staff in Bangkok. **The 2 nd International Conference of Multidisciplinary
Approaches on UN Sustainable Development Goals (UNSDGs)**. Bangkok Thailand
28-29 December 2017 : 65-71.

แนวทางการพัฒนาความภักดีด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย

Guidelines for improving the loyalty of Chinese tourists in Thailand

PEIJUN HAN *

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีเป้าหมาย 1. ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาความภักดีของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย และ 2. ค้นหาแนวทางการพัฒนาความภักดีของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 400 ราย ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการนำเที่ยวจีนในประเทศไทย จำนวน 5 ราย ทำการสอบถามแนวทางการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย โดยนำผลที่จากการทำวิจัยเชิงปริมาณเข้าร่วมก่อนทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่า 1. ส่วนประสมการตลาด มีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาดจะมีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.66 และ 0.44 สมการมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 27 และสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

$$Y = 2.42 + 0.66 \text{ ผลิตภัณฑ์} + 0.34 \text{ ราคา} + 0.19 \text{ ช่องทางการจัดจำหน่าย} + 0.44 \text{ การส่งเสริมการตลาด}^*$$

2. แนวทางการพัฒนาความภักดีของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย สรุปได้ว่า การพัฒนาความภักดีของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย ต้องเกิดจากการสร้างความเข้าใจ และสัมพันธ์ภาพที่ดี ในเรื่องการให้บริการ การจราจร ระบบโทรคมนาคม การรักษาความปลอดภัย ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวจีนส่วนใหญ่มีความพร้อมที่จะมาเที่ยวประเทศไทยเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว การพัฒนาในจุดอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย จะช่วยสร้างความเชื่อมั่น และความประทับใจในการท่องเที่ยว และการบอกต่อความประทับใจไปยังญาติมิตร และเพื่อนต่อไป

คำสำคัญ: ส่วนประสมการตลาด ความภักดี นักท่องเที่ยวจีน

*วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000 ภายใต้การควบคุมของ อาจารย์ ดร. ไพรัช มากกาญจนกุล และ อาจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย

Thesis Master of Business Administration General Management Faculty of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University 73000

Corresponding author: jialially@gmail.com

ABSTRACT

This thesis is intended to 1. Study the factors that influence the way to develop the loyalty of Chinese tourists in Thailand and 2. Find ways to improve the loyalty of Chinese tourists in Thailand. The example used in this research is 400 Chinese tourists who travel repeatedly in Thailand. Key informant are 5 Chinese tour operators in Thailand. Inquire about the development guidelines for repeat tourism of Chinese tourists in Thailand. By bringing the results from quantitative research into the study before conducting an in-depth interview. Data collection tools. Namely, questionnaires, statistics used in data analysis, including percentage, mean, standard deviation, One-way analysis of variance and multiple regression analysis.

The research found that

1. Marketing mix affecting the loyalty of Chinese tourists in Thailand. The results showed that the marketing mix of products and marketing promotion had statistically significant results. With a coefficient of 0.66 and 0.44. The equation has 27 percent predictive power and can be written as an equation as follows.

$$Y = 2.42 + 0.66 \text{ Products} * +0.34 \text{ Price} +0.19 \text{ Place} +0.44 \text{ Promotion}^*$$

2. Guidelines for improving the loyalty of Chinese tourists in Thailand can be concluded that the development of the loyalty of Chinese tourists in Thailand Must be born from understanding And good relationships. In the field of telecommunications services Security Most Chinese tourists are already ready to come to Thailand. Development in the facility and safety point Will help build confidence And the impression of tourism And telling impressions to relatives And the next friend

Keywords: Marketing mix, Loyalty, Chinese tourists

Article history:

Received 28 April 2019

Revised 9 June 2019

Accepted 11 June 2019

SIMILARITY INDEX = 3.93 %

1. บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่ส่งผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศ และยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องอีกมากมาย ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุนการจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยในแต่ละปี สามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศปี ละหลายแสนล้านบาท (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา 2548) การท่องเที่ยวทั่วโลก (World Tourism Organization) คาดการณ์ว่าในปี ค.ศ. 2020 (พ.ศ. 2563) โดยจะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเพิ่มขึ้นมากกว่า 1,600 ล้านคน และจะมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการเดินทางท่องเที่ยวกว่า 100 ล้านล้านบาท ดังนั้นการให้ความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาแนวทางให้ตรงกับความต้องการตอบสนองผู้ใช้บริการให้มีประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เข้ามาในประเทศไทย

จากสถานการณ์ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทย ช่วงกุมภาพันธ์ 2561 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 3,566,898 คน ในจำนวนนี้เป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกมากที่สุด 2,342,593 คน รองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวภูมิภาคยุโรป อเมริกา เอเชียใต้ โอเชียเนีย ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวทั้งนี้ข้อมูลจากทางสถิติพบว่าขยายตัวร้อยละ 19.33 ตามการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเกือบทุกภูมิภาค โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียใต้ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 26.88 ทั้งนี้นักท่องเที่ยว ทั้งนี้นักท่องเที่ยวที่น่าจับตามองมากที่สุดคือนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีจำนวนสูงถึง 1,200,479 คน และขยายตัวกว่าร้อยละ 51 จากปีที่ผ่านมาสอดคล้องกับสถิติการจัดลำดับนักท่องเที่ยว 10 อันดับแรกที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ จีน มาเลเซีย รัสเซีย เกาหลี ญี่ปุ่น ลาว ฝรั่งเศส อินเดีย เยอรมนี และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ นอกจากนี้ การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย ก่อให้เกิดรายได้ 195,262.94 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 23.78 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา สำหรับนักท่องเที่ยวที่สร้างรายได้สูงสุด 10 อันดับแรก ประกอบด้วย จีน รัสเซีย ฝรั่งเศส มาเลเซีย เยอรมนี สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เกาหลี ญี่ปุ่น และอินเดีย ตามลำดับ นอกจากนี้ ในช่วง 2 เดือนแรกของปี 2561 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ 7,111,426 คน ขยายตัวร้อยละ 14.96 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา และสร้างรายได้รวม 384,153.54 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 17.47 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา (โพสท์ทูเดย์, 2561)

ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนได้มากกว่าประเทศใกล้เคียงอื่นๆ แต่ก็ยังพบว่ามีปัญหาในเรื่องของการจัดการท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวได้เสนอ ทวีร์ในรูปแบบต่างๆ โดยเน้นปัจจัยด้านราคา โดยเน้นการให้บริการมีราคาต่ำแก่นักท่องเที่ยวชาวจีน เพื่อเป็นการสร้างการจูงใจในมาท่องเที่ยว และมอบนักท่องเที่ยวให้บริษัทนำเที่ยว หรือมัคคุเทศก์ เพื่อมุ่งแสวงหาผลประโยชน์จากนักท่องเที่ยว เช่น ขายการท่องเที่ยวแบบเสรี (Optional Tour) ในราคาสูง หรือนำไปซื้อสินค้าที่มีคุณภาพแต่ราคาสูงกว่าปกติ โดยไม่ได้คำนึงถึงความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลให้นักท่องเที่ยวจีนมีทัศนคติต่อประเทศไทยในทางลบ และอาจจะส่งผลในทางลบ ทำให้นักท่องเที่ยวจีนไม่ประสงค์จะมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในครั้งต่อไป (สันติ

ชัย เอื้อจงประสิทธิ์, 2549:141) หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดความภักดีด้านการท่องเที่ยว

ด้วยเหตุนี้ นักท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญและมีบทบาททางการตลาดของการท่องเที่ยวในประเทศไทยจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่ประเทศไทยจะต้องมีการวางแผนเพื่อเตรียมความพร้อม ส่งเสริม รักษาและพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อเป็นรายได้ที่เข้ามาในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ซึ่ง ความภักดีด้านการท่องเที่ยวจะเป็นสิ่งที่สามารถรับประกันความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวได้ ถือเป็นการพัฒนาการตลาดให้มีความยั่งยืน การศึกษาแนวทางการพัฒนาความภักดีของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อนำผลการวิจัยไปให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานต่างๆ ใช้เป็นแนวทางการในพัฒนาองค์การให้มีประสิทธิผลต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนาความภักดีของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัย เรื่องแนวทางการพัฒนาความภักดีของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

Kotler and Keller (2009: 787) ได้อธิบายความหมาย การตลาด ว่าเป็น กระบวนการทางสังคม เป็นรูปแบบของการบริหารจัดการทั้งในส่วนของบุคคลและโดยองค์รวม การตลาดมีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการและตอบสนองความจำเป็นของผู้บริโภคในตลาด ซึ่งผู้บริโภค ดังนั้นการตลาดจึงเป็นกระบวนการที่สร้างสรรค์ และที่ก่อให้เกิดการพัฒนา แลกเปลี่ยน เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2552) ได้กล่าวเสริมว่า การตลาดเป็นหน้าที่หลักที่สำคัญขององค์การทางธุรกิจ ดังนั้นหน้าที่ทางการตลาดจึงเป็นหน้าที่ที่มีรูปแบบการดำเนินการและมีแนวคิดทางด้านธุรกิจที่แตกต่างอย่างชัดเจนจากส่วนงานอื่นๆ หน้าที่ของฝ่ายการตลาดปัจจุบันคือ การประสานงานของทุกหน่วยงานและบุคลากรทั้งหมดเพื่อให้การดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกันกับที่ฝ่ายการตลาดต้องการ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือหน้าที่ทางการตลาดนั้นเป็นหน้าที่ของทุกๆหน่วยงานรวมถึงบุคลากรทุกคนในองค์การธุรกิจต้องให้การสนับสนุนโดยการร่วมมือกันสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ร่วมมือกันสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการ ดังนั้น การตลาดจึงถูกเรียกว่า “ห่วงโซ่แห่งคุณค่าและการตลาดแบบไร้ขอบเขต” (the value chain and boundary less marketing) ซึ่งแสดงถึงความร่วมมือกันเพื่อสร้างคุณค่าแบบไร้ขอบเขตของฝ่ายต่างๆ ของธุรกิจ โดยจะเริ่มจากเมื่อธุรกิจค้นพบความต้องการของลูกค้า ทุกฝ่ายในองค์การธุรกิจต้องร่วมมือและช่วยกันสร้างคุณค่าที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้และเมื่อสร้างคุณค่าได้แล้วธุรกิจก็นำเสนอคุณค่าต่อตลาดเพื่อเป็นทางเลือกทางการตลาดให้กับลูกค้า

สรุปได้ว่า การตลาด หมายถึง กระบวนการดำเนินการธุรกิจที่กำหนดขึ้นเพื่อวางแผนผลิตภัณฑ์ กำหนดราคา ส่งเสริมการขายและการจำหน่าย เพื่อให้ลูกค้าได้รับความพอใจสูงสุด นอกจากนี้การตลาดจะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ได้นั้น จะต้องมีการบริหารการตลาดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งสองฝ่าย ดังนั้น จะเห็นได้ว่าการตลาดยุคปัจจุบันต่างพยายามสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในสายตาของลูกค้า และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ไม่ว่าจะธุรกิจจะเป็นขนาดเล็ก หรือขนาดใหญ่ก็ตาม รวมถึงกิจการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว สามารถประสบความสำเร็จได้ทั้งสิ้น ถ้าเข้าใจในหลักการข้างต้นนี้

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

Swarbrooke and Horner (1999) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการ หรือการพักผ่อนทางร่างกาย
2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามหาแนวทางเพื่อลี้ภัยจากความจำเจในชีวิตประจำวัน
3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปน ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่างๆ ที่แท้จริงเป็นของสเปน
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือชอบติดต่อกับพูดคุยกับคนท้องถิ่น เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น
5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่ และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

2.3 แนวคิดเรื่องความภักดี

ธีรพงศ์ เทียงสมพงษ์ (2551: 13) ได้ให้ความหมายของความภักดีไว้ว่า หมายถึง ข้อผูกมัดอย่างลึกซึ้งของลูกค้าที่ทำให้เกิดการอุปถัมภ์สินค้าหรือบริการที่พึงพอใจอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งความภักดีนอกจากจะมีส่วนเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมซื้อของลูกค้ายังเกี่ยวกับทัศนคติหรือมุมมองของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการ กล่าวคือ หากลูกค้ามีทัศนคติหรือมุมมองที่ดีต่อสินค้าและบริการทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีในระยะยาวระหว่างลูกค้ากับองค์กรส่งผลให้เกิดพฤติกรรมซื้อสม่ำเสมอ

Schiffman and Kanuk (2010: 220) ได้ให้ความหมายของความภักดีไว้ว่า หมายถึง ความพึงพอใจอย่างสม่ำเสมอหรือการซื้อสินค้าเดิมของบริษัทใดบริษัทหนึ่งเป็นการศึกษาอุปนิสัยการซื้อของผู้บริโภค โดยที่ความภักดีของนักท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้ 4 ระดับ (Kotler and Keller, 2009) ดังนี้คือ

- 1) นักท่องเที่ยวที่มีความภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเพียงแห่งเดียวเท่านั้น
- 2) นักท่องเที่ยวที่มีความภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่ใช้ 2 ถึง 3 แห่ง
- 3) นักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งไปอีกแห่งหนึ่ง และ
- 4) นักท่องเที่ยวที่ไม่มีความภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวใดเจาะจง

ความภักดีของนักท่องเที่ยวนั้นเป็นผลมาจากนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจจากการใช้บริการหลาย ๆ ครั้งและสั่งสมจนกลายเป็นความภักดีการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวภักดีนั้นต้องเริ่มต้นจากการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการไม่สามารถสร้างความภักดีของนักท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นได้หากนักท่องเที่ยวยังไม่รู้สึกพึงพอใจ

ความภักดีและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นมีความต่างกันคือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นมีลักษณะเชิงพลวัตมากกว่าคือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นมีความเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ อาจเพิ่มขึ้นหรือลดลงได้ตลอดเวลาในขณะที่ความภักดีของนักท่องเที่ยวนั้นจะมีความเสถียรมากกว่า หากมีการเปลี่ยนแปลงต้องอาศัยระยะเวลาเนื่องจากความภักดีของนักท่องเที่ยวนั้นเป็นความรู้สึกที่ประทับใจในการบริการหรือตราสินค้าตลอดจนความสัมพันธ์อันดีระหว่างสถานบริการกับนักท่องเที่ยวหรือผู้ให้บริการกับนักท่องเที่ยวซึ่งมักเปลี่ยนแปลงช้ากว่าความพึงพอใจ (สมิต สัจฉกร, 2550: 29)

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นรพรรณ โพธิพุกษ์ จิตรา บุญตัน และทิพย์วดี โพธิ์สีธิพรรณ (2557) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีน การศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีน กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ในระหว่างเดือนมกราคม พ.ศ. 2556 - กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2556 จำนวน 150 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามภาษาจีน ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่มีทั้งเพศชายและ หญิง มีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด โดยเป็นการเดินทางครั้งแรกและเดินทางมาพร้อม กับเพื่อน มีการจัดการในการท่องเที่ยวด้วยตนเอง หาแหล่งข้อมูลการท่องเที่ยวจากหน่วยงานการท่องเที่ยวจีนท้องถิ่น ใช้ระยะเวลาที่พำนักและท่องเที่ยวอยู่ในเชียงใหม่ประมาณ 4 - 7 วัน โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้ง 4 ด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีระดับคะแนนมากที่สุด คือ เชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และวัดเก่าแก่ที่น่าสนใจ มีค่าเฉลี่ย 4.28 อันดับที่สอง คือ ความเป็นมิตรของชาว เชียงใหม่ อันดับสาม คือ ภาพลักษณ์ที่ดีของจังหวัดเชียงใหม่ ส่วนด้านราคาพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ มากที่สุด คือ ราคาค่าบริการในแหล่งท่องเที่ยว

มีหลายระดับให้เลือก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.35 อันดับที่สอง คือ ราคาแพ็คเกจทัวร์ที่มีให้เลือกหลายระดับ อันดับสาม คือ เชียงใหม่มีค่าครองชีพที่ถูก และอันดับสุดท้าย คือ ราคาแพ็คเกจทัวร์ มีราคาถูกและคุ้มค่าด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลการศึกษา พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ที่มีระดับคะแนนมากที่สุด คือ มีหน่วยงานที่สามารถให้บริการสำรองที่พักหรือสถานที่ท่องเที่ยว ด้วยระบบอินเทอร์เน็ตจำนวนมากและอันดับสองมีผู้ประกอบการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และบริษัทนำเที่ยว ที่ให้บริการจำนวนมากทำให้เกิดความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว สุดท้าย คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด การแนะนำแบบปากต่อปากจากเพื่อน ญาติมิตร มีค่าเฉลี่ย 4.01 เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ โฆษณา การท่องเที่ยวจากสื่อต่างๆ โดยสื่อจากภาพยนตร์ วิดีโอ จากเว็บไซต์และสื่ออินเทอร์เน็ต มีอิทธิพลมากที่สุดเป็น อันดับหนึ่ง รองลงมา คือ นิตยสารท่องเที่ยว และโทรทัศน์ตามลำดับโดยสื่อจากวิทยุมีอิทธิพลน้อยที่สุดจากการศึกษา ในครั้งนี้

ชิน หลิว (2556) ได้ศึกษาแนวทางการตลาดสำหรับบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวไทย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบอิสระ ใช้แบบสอบถามสำรวจนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบอิสระจำนวน 420 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดย โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนแบบอิสระ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 7,000 หยวน ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว ความเป็นมิตรของพนักงาน ทักษะด้านภาษาจีนในการติดต่อสื่อสาร การแสดงราคาที่ดี โดยแนวทางการตลาดสำหรับบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวไทย ได้แก่ 1) การกำหนดตลาดเป้าหมาย โดยให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวหญิง การกำหนดตำแหน่งธุรกิจ ควรกำหนดภาพลักษณ์ในการให้บริการที่ได้มาตรฐานอย่างมืออาชีพ ส่วนประสมทางการตลาด ต้องเน้นให้ความสำคัญกับการสื่อสารผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

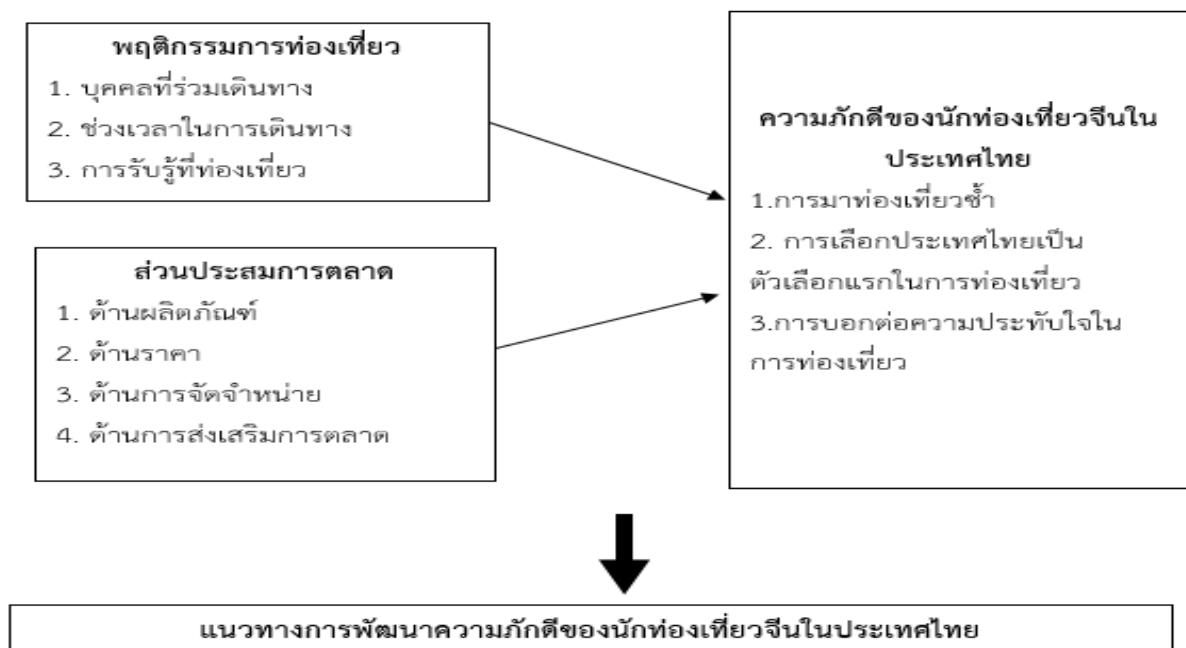
แสงเดือน รตินธร (2555) ทำการศึกษาปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย 400 คน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามภาษาจีน และใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 21-30 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 29,931 หยวนขึ้นไป พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยคือ การมีประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทยแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง วางแผนการเดินทางท่องเที่ยวทุกอย่างด้วยตนเองและเดินทางกับบริษัททัวร์ในระดับที่ใกล้เคียงกัน มีเพื่อนหรือญาติเป็นผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวประมาณ 5,991-11,970 หยวน ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวคือ เพื่อการพักผ่อนวันหยุด โดยต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้เมื่อมาเยือนประเทศไทย ส่วนปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ อาหารไทย วัฒนธรรมไทย ความงดงามของธรรมชาติ ทะเลและชายหาดที่สวยงาม และความพร้อมของข้อมูลการท่องเที่ยว ตามลำดับ โดยมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ระดับเห็นด้วยระดับมาก จากการวิเคราะห์ทางสถิติพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน จะมีปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ต่างกัน และยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ต้องการจะทำเมื่อมาเยือนประเทศไทยแตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

สุชาธิณี เทียงแท้ กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร และศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ (2559) ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 385 คนจากการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายจากสนามบินสุวรรณภูมิ ใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเยือนประเทศไทยอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการไปเยือนประเทศไทยโดยพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคลพบว่าอายุการแต่งงานสถานภาพสมรสรายได้เฉลี่ยต่อเดือนการศึกษาและความแตกต่างในอาชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาประเทศไทยโดยพิจารณาจากพฤติกรรมพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวและของที่ระลึกมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดหลัก 6Ws1H ของ (Kotler, 2006 : 171) ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวชาวจีน และใช้แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและส่วนประสมการตลาด ตามแนวคิดของ Kotler and Keller (2009: 63) และความภักดีของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย (ธีรพันธ์ โล่ทองคำ, 2547 และ Schiffman and Kanuk, 2010: 220)



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวช้ำในประเทศไทย จากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาประเทศไทยในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 จำนวน 1,200,479 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) และผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ประกอบการนำเที่ยวจีนในประเทศไทย จำนวน 5 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

ตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวช้ำในประเทศไทย โดยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยตารางสำเร็จรูปของ Yamane (1976: 398) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และยอมให้เกิดความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 385 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก ในการเก็บข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการนำเที่ยวจีนในประเทศไทย จำนวน 5 ราย ทำการสอบถามแนวทางการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวช้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย โดยนำผลที่จากการทำวิจัยเชิงปริมาณเข้าร่วมก่อนทำการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยได้แก่แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ แบบสอบถามมีการแปลภาษาจากไทยเป็นจีน และแปลกลับจากจีนเป็นไทย เพื่อทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา และทดสอบค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค ได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.78-0.92 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นเพียงพอในการนำไปเก็บข้อมูล โดยดำเนินการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาประเทศไทยในเดือนกุมภาพันธ์-ธันวาคม 2561 สถานที่เก็บข้อมูลคือ สถานที่ประกอบการนำเที่ยวจีนในประเทศไทย และทำการเก็บข้อมูลให้ได้จำนวนผู้ให้ข้อมูลตามที่กำหนดจำนวน 385 คน และผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ ผู้ประกอบการนำเที่ยวจีนในประเทศไทย จำนวน 5 คนเมื่อได้ข้อมูลครบถ้วนแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลแบบสอบถามไปวิเคราะห์ตามวิธีการสถิติ โดยโปรแกรมสำเร็จรูป สถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุ

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 62.60) มีอายุต่ำกว่า 26 ปี (ร้อยละ 63.12) รายได้ต่อเดือนคือ 5,001-10,000 หยวน (ร้อยละ 42.86) การศึกษาจบปริญญาตรี (ร้อยละ 68.83) มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 70.91) และประกอบอาชีพบริษัทเอกชน (ร้อยละ 66.23)

4.2 ความภักดีของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าประเทศไทยเป็นตัวเลือกแรกในการมาท่องเที่ยวของตน (ร้อยละ 76.36) โดยเดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยโดยผ่านทัวร์นำเที่ยว (ร้อยละ 37.40) และนักท่องเที่ยวจีนยินดีที่จะบอกเล่าถึงความประทับใจในการมาเที่ยวและบอกต่อให้ผู้รู้จักมาเที่ยวในประเทศ

ไทยด้วย (ร้อยละ 97.92) ซึ่งนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามมีค่าเฉลี่ยการมาเที่ยวซ้ำในประเทศไทยอยู่ที่ประมาณ 2.32 ครั้ง โดยมีจำนวนน้อยที่สุดคือ 1 ครั้ง และมากที่สุดอยู่ที่ 15 ครั้ง

4.3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเงินในประเทศไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเงินในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางไปกับเพื่อน (ร้อยละ 44.68) โดยสาเหตุที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยสามลำดับแรกได้แก่ อาหารอร่อย และราคาขอมเยา (ร้อยละ 90.65)สินค้าราคาประหยัด (ร้อยละ 78.44) และแสงสียามค่ำคืน (ร้อยละ 77.14) โดยช่วงเวลาในการเดินทางส่วนใหญ่ ไม่ได้กำหนดชัดเจน (เที่ยวทุกเทศกาล) (ร้อยละ 63.38) ในขณะที่ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวในสามลำดับแรกได้แก่ ทะเลและหมู่เกาะ (ร้อยละ 94.81) วัดวาอาราม (ร้อยละ 84.94) และสถานบันเทิง (ร้อยละ 75.58) โดยการศึกษาแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่อาศัยอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 55.58) โดยค่าใช้จ่ายที่ใช้โดยเฉลี่ยต่อการมาเที่ยวไทย 1 ครั้ง (หยวน) อยู่ที่ประมาณ 11,436.62 จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางในแต่ละครั้งโดยเฉลี่ยคือ 5.71 คน

4.4 การวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาด

ตารางที่ 1 ระดับส่วนประสมการตลาดในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเงินในประเทศไทย

	Mean	SD.	ระดับความคิดเห็น
ผลิตภัณฑ์	3.05	0.35	ปานกลาง
ราคา	3.21	0.53	ปานกลาง
การจัดจำหน่าย	3.25	0.45	ปานกลาง
การส่งเสริมการตลาด	3.47	0.51	มาก
ระดับส่วนประสมการตลาด	3.24	0.46	ปานกลาง

ระดับส่วนประสมการตลาดในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเงินในประเทศไทยในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (Mean = 3.24) โดยสามลำดับแรกได้แก่ การส่งเสริมการตลาด (Mean = 3.47) การจัดจำหน่าย (Mean = 3.25) และด้านราคา (Mean = 3.21) ตามลำดับ

4.5 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 : พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเงินในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเงินในประเทศไทย โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุดได้แก่การรับรู้ที่ท่องเที่ยวซึ่งจะมีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเงินในประเทศไทยในทุกด้าน ในขณะที่ ปัจจัยด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางและช่วงเวลาในการเดินทางจะมีผลต่อ ความภักดีในด้านการมาท่องเที่ยวซ้ำ การเลือกประเทศไทยเป็นตัวเลือกแรกในการท่องเที่ยว และการบอกต่อความประทับใจในการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถนำเสนอได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเงินในประเทศไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีผลต่อความภักดี ของนักท่องเที่ยวเงินในประเทศไทย	บุคคล ที่ร่วมเดินทาง	ช่วงเวลาในการ เดินทาง	การรับรู้ ที่ท่องเที่ยว
การมาท่องเที่ยวซ้ำ	6.99**	5.10*	6.89**
การเลือกประเทศไทยเป็นตัวเลือกรแรกในการท่องเที่ยว	2.66*	4.52*	3.71**
การบอกต่อความประทับใจในการท่องเที่ยว	1.29	0.92	5.35**

4.6 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 : ส่วนประสมการตลาดเชิงบูรณาการมีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเงินในประเทศไทย

ก่อนการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ผู้วิจัยทำการทดสอบค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ระหว่างตัวแปรอิสระเพื่อทดสอบปัญหาภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุ ซึ่งพบว่า ไม่มีตัวแปรอิสระคู่ใดมีความสัมพันธ์กันเกินร้อยละ 80 จึงไม่พบปัญหาภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุ สามารถวิเคราะห์ถดถอยพหุได้

ตารางที่ 3 ส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเงินในประเทศไทยด้านการมาเที่ยวซ้ำ

	B	SE.	Beta	t	sig
(Constant)	2.42	0.62		3.91	0.00
ผลิตภัณฑ์ (X ₁)	0.66	0.42	0.13	1.99*	0.04
ราคา (X ₂)	0.34	0.30	0.10	1.14	0.26
การจัดจำหน่าย (X ₃)	0.19	0.42	0.05	0.45	0.65
การส่งเสริมการตลาด (X ₄) (X ₄)	0.44	0.30	0.13	1.99*	0.04

R² = 0.27

ส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเงินในประเทศไทยด้านการมาเที่ยวซ้ำ มีอำนาจการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 27 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวเงินในประเทศไทยด้านการมาเที่ยวซ้ำได้แก่ด้าน ผลิตภัณฑ์ (b=0.66) และด้านพนักงานขาย (b=0.59) โดยสมการสามารถเขียนได้ดังนี้

$$Y_1 = 2.42 + 0.66 X_1 + 0.34 X_2 + 0.19 X_3 + 0.44 X_4$$

4.7 ผลการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก

พบว่าแนวทางการพัฒนาความภักดีของนักท่องเที่ยวเงินในประเทศไทย สรุปได้ว่า การพัฒนาความภักดีของนักท่องเที่ยวเงินในประเทศไทย ต้องเกิดจากการสร้างความเข้าใจ และสัมพันธ์ภาพที่ดี ในเรื่อง การให้บริการ การจรรยาบรรณ โทรมานาคม การรักษาความปลอดภัย ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวเงินส่วนใหญ่มีความพร้อม

ที่จะมาเที่ยวประเทศไทยเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว การพัฒนาในจุดอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย จะช่วยสร้างความเชื่อมั่น และความประทับใจในการท่องเที่ยว และการบอกต่อความประทับใจไปยังญาติมิตร และเพื่อนต่อไป

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาจากการศึกษาแนวทางการพัฒนาความภักดีของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทยสามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุดได้แก่ การรับรู้ที่ท่องเที่ยวซึ่งจะมีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทยในทุกด้าน ในขณะที่ ปัจจัยด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางและช่วงเวลาในการเดินทางจะมีผลต่อ ความภักดีในด้านการมาท่องเที่ยวซ้ำ การเลือกประเทศไทยเป็นตัวเลือกแรกในการท่องเที่ยว และการบอกต่อความประทับใจในการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ แสงเดือน รติธรรม (2555) ซึ่งทำการศึกษาปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมที่ต้องการจะทำเมื่อมาเยือนประเทศไทยแตกต่างกัน จะมีค่าเฉลี่ยคะแนนความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยดึงดูดในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

2. ส่วนประสมการตลาดมีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมการตลาดมีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทยเพียงบางปัจจัย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัย นรพรพรรณ โพธิ์พฤษ์ จิตรา บุญตัน และทิพย์วดี โพธิ์สิทธิพรหม (2557) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีนทั้ง 4 ด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีระดับคะแนนมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชิน หลิว (2556) ได้ศึกษาแนวทางการตลาดสำหรับบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวไทย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบอิสระ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ชื่อเสียงของบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว ความเป็นมิตรของพนักงาน ทักษะด้านภาษาจีนในการติดต่อสื่อสาร การแสดงราคาที่ดี โดยแนวทางการตลาดสำหรับบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวไทย ได้แก่ 1) การกำหนดตลาดเป้าหมาย โดยให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวหญิง การกำหนดตำแหน่งธุรกิจ ควรกำหนดภาพลักษณ์ในการให้บริการที่ได้มาตรฐานอย่างมืออาชีพ ส่วนประสมทางการตลาด ต้องเน้นให้ความสำคัญกับการสื่อสารผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต

ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวาริณี เทียงแท้ กุลกัญญา ฌ ป้อมเพ็ชร และ ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์ (2559) ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มี

อิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเยือนประเทศไทยอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการไปเยือนประเทศไทยโดยพิจารณาจากปัจจัยส่วนบุคคลพบว่าอายุการแต่งงานสถานภาพสมรสรายได้เฉลี่ยต่อเดือนการศึกษาและความแตกต่างในอาชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การวิเคราะห์เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาประเทศไทยโดยพิจารณาจากพฤติกรรมพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวและของที่ระลึกมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. พบว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เดินทางไปกับเพื่อน ดังนั้นการจัดแพ็คเกจท่องเที่ยว ควรเน้นการเที่ยวในลักษณะเป็นหมู่คณะ มีการจูงใจให้ท่องเที่ยวที่มีลักษณะมาเป็นหมู่คณะ โดยจัดการออกคูปองส่วนลด หรือการจัดโปรโมชั่นในการยกระดับการให้บริการเมื่อมีการมาเที่ยวเป็นหมู่คณะ สำหรับสาเหตุที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยสามลำดับแรกได้แก่ อาหารอร่อยและราคาเอ่อมเยา สินค้าราคาประหยัด และแสงสียามค่ำคืน สิ่งนี้เป็นการสะท้อนให้เห็นได้ชัดว่าประเทศไทยมีจุดขายในเรื่องของอาหาร และสินค้า รวมถึงสถานบันเทิง ซึ่งเป็นจุดดึงดูดให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปวางกลยุทธ์เพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวจีน

2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย โดยปัจจัยที่มีผลมากที่สุดได้แก่การรับรู้ที่ท่องเที่ยวซึ่งจะมีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย ซึ่งการรับรู้ดังกล่าว สามารถสร้างเป็นแนวทางการพัฒนาความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยสร้างความเข้าใจ และสัมพันธภาพที่ดี ในเรื่องการให้บริการ การจราจร ระบบโทรคมนาคม การรักษาความปลอดภัย ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีความพร้อมที่จะมาเที่ยวประเทศไทยเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว การพัฒนาในจุดอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย จะช่วยสร้างความเชื่อมั่น และความประทับใจในการท่องเที่ยว และการบอกต่อความประทับใจไปยังญาติมิตร และเพื่อนต่อไป

3. ส่วนประสมการตลาดมีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย มีเพียงส่วนประสมการตลาดเพียงบางปัจจัย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาด การเลือกประเทศไทยเป็นตัวเลือกแรกในการท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาด จะเห็นได้ว่าปัจจัยหลักที่มีผลต่อ ความภักดีของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทยได้แก่สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักที่มีความสำคัญ และถือเป็นความได้เปรียบในการแข่งขันที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปวางแผนกลยุทธ์ต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นเก็บเฉพาะนักท่องเที่ยวจีนที่มาเที่ยวในช่วงเดือนกุมภาพันธ์-กรกฎาคม พ.ศ. 2561 เท่านั้น ข้อมูลที่ได้อาจไม่เป็นแทนที่ดีในเรื่องของช่วงเวลาการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นหากผู้สนใจจะศึกษาต่อยอดควรมีการกระจายการเก็บข้อมูลให้ครบตลอดปี

2. งานวิจัยดังกล่าวใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ซึ่งเป็นการสุ่มแบบไม่คำนึงโอกาสทางสถิติ ดังนั้นผลที่ได้ อาจไม่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากร ดังนั้นผู้ที่สนใจอาจต่อยอดโดยการปรับวิธีการสุ่มตัวอย่างใหม่ เช่น ในการสุ่มแบบเชิงชั้น หรือการสุ่มแบบหลายขั้นตอน

3. งานวิจัยดังกล่าวมุ่งเน้นเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจีนที่มาเที่ยวในประเทศไทยเท่านั้น ผู้ที่สนใจอาจทำการศึกษาในเชิงเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวจีนที่มีความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้านหรือประเทศอื่น ๆ เพื่อทำการศึกษาเชิงเปรียบเทียบ และพัฒนากลยุทธ์จูงใจนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวให้มาเที่ยวในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). **สรุปสถานการณ์นักท่องเที่ยว มกราคม-ธันวาคม** [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 10 กรกฎาคม 2561 จาก <http://www.tourism.go.th/uploads/Stat/2065.pdf> .
- ชิน หลิว.(2556).แนวทางการตลาดสำหรับบริษัทตัวแทนการท่องเที่ยวไทย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนแบบอิสระ.วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 6 (2) :70-90.
- ธีรพงศ์ เทียงสมพงษ์. (2551). โมเดลเชิงสาเหตุของความจงรักภักดีต่อการใช้บริการสถานีบริการน้ำมันของลูกค้าในกรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ. (2547). **ความภักดีของลูกค้า**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 31 สิงหาคม 2561 จาก <http://www.nidambe11.net/ekonomiz/2004q4/article2004nov30p5.htm>
- นรพรธณ โปธิพฤกษ์ จิตรา บุญตัน และทิพย์วดี โพธิ์สิทธิพรธณ.(2557). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวจีน.วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น. 7 (2).132-142.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549) .**การจัดนำเที่ยวและรายการนำเที่ยวภาคเหนือตอนบน**.กรุงเทพมหานคร : เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- โพสต์ทูเดย์. (2561). **ต่างชาติทะลักเที่ยวไทย ไตรมาสแรกกว่า10ล้านคนโต15.39%**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2561 จาก <https://www.posttoday.com/economy/news/548379>

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ศุภร เสรีรัตน์ ปณิศา มีจินดา อรทัย เลิศวรรณวิทย์ ปริญญ์ ลักขิตานน องอาจ ปทะวานิช และจิระวัฒน์ อนุชานนท์ .(2552). **การบริหารการตลาดใหม่**. กรุงเทพมหานคร :Diamond In Business World.

สมิต สัจฉกร. (2550). **การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ (Excellence service)**. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: สายธาร.

สันติชัย เอื้องประสิทธิ์.(2549). **การบริหารท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์**.กรุงเทพมหานคร :บริษัทสามเจริญพาณิชย์. สุชาโรณี เทียงแท้ กุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร และศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย. **วารสารเศรษฐศาสตร์อุตสาหกรรม**. 15 (1) :203-210.

แสงเดือน รตินธร.(2555).ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย.วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.). 18(2) :84-104.

Kotler, P. (2006). **Marketing management**. (13th ed.). Eaglewood Cliffs, NJ: Pearson education.

Kotler, P. and Keller, K. (2009) **marketing management**. (13th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Pearson Education.

Schiffman.L.G and Kanuk.L.L (2010). **Consumer Behavior**. (10th ed.). Pearson Prentice Hall.

Swarbrooke, J and Horner, S (1999) **Consumer Behaviour in Tourism**. Butterworth-Heinemann.

Yamane,T. (1976). **Statistic: An introductory analysis**. (2nd ed.). New York: Harper and Row.

การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษา นักศึกษาจีน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

Media Literacy: Advantages and Applications

A Case Study of Chinese Student of Nakhon Pathom Rajabhat University

เยาวภา บัวเวช¹ และทิวาพร ทราบเมืองปัก²

(Yaowapa Buawech and Tivaporn Sarbmuangpak)

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีน และ 2) ศึกษาการนำไปใช้ใน เรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีน ประชากร คือ นักศึกษาจีน จากวิทยาลัยเทคโนโลยีการอาชีพนานาชาติ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน จำนวน 19 คน หลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร รายวิชาการเขียนภาษาไทย ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ปีการศึกษา 2561 โดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม 1 ชุด ที่สร้างและพัฒนาขึ้นตามกรอบแนวคิดของการวิจัยเพื่อให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และสถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีน เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งในภาพรวมและรายข้อ ($\mu = 4.50, \sigma = 0.66$) และ 2) การนำไปใช้ใน เรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีน เฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ทั้งในภาพรวมและรายข้อ ($\mu = 4.35, \sigma = 0.76$)

คำสำคัญ : การรู้เท่าทันสื่อ ประโยชน์และการนำไปใช้

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000

Assistant Professor Dr. Lecturer Faculty of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University 73000

² อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000

Lecturer Faculty of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University 73000

Corresponding Author: yaowapa_1964@hotmail.com

ABSTRACT

This research aimed 1) to investigate the advantages of Chinese students' media literacy and 2) to examine how Chinese students apply media literacy. The respondents were nineteen Chinese students from Nanning College for Vocational Technology, China. They were studying in the Thai writing subject of the Thai language for communication course at Nakhon Pathom Rajabhat University in the academic year 2018. The research was conducted by non-probability sampling and the respondents were selected by purposive sampling. Before a set of survey used as a research instrument, it had been developed based on the conceptual framework to collect data from the research samples and follow the purposes of the study. The program was used to calculate the statistics and the descriptive statistics including frequency, percentage, means and standard deviation were used to analyze the data.

The findings were that 1) the means of the advantages of Chinese students' media literacy was high in both overall and individual items ($\mu = 4.50$, $\sigma = 0.66$) and 2) the means of the applications on Chinese students' media literacy was high in both overall and individual items. ($\mu = 4.35$, $\sigma = 0.76$)

Keywords: Media Literacy, Advantages and Applications

Article history:

Received 24 April 2019

Revised 10 June 2019

Accepted 12 June 2019

SIMILARITY INDEX = 1.22 %

1. บทนำ

การรู้เท่าทันสื่อ (media literacy) เป็นคำศัพท์ทางวิชาการด้านการสื่อสารมวลชนที่เกิดขึ้นในประเทศแคนาดา และใช้แพร่หลายในประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งบางประเทศในยุโรปและญี่ปุ่นจะใช้คำเดียวกับประเทศอังกฤษคือ Media Studies ส่วน Media Education จะใช้ในอังกฤษและฝรั่งเศส ในขณะที่ Media Literacy จะใช้ในสหรัฐอเมริกา ซึ่งการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะขอใช้คำว่า Media Literacy ตามประเทศสหรัฐอเมริกา โดยถือว่าเป็นคำศัพท์ที่มีการนำไปใช้กันอย่างแพร่หลาย ทั้งนี้แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อเป็นแนวคิดที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ได้ถูกระบุไว้ในยุทธศาสตร์การดำเนินงานด้านสื่อสารมวลชนขององค์การยูเนสโก (UNESCO) อยู่ในกรอบแนวคิดของ “การส่งเสริมเสรีภาพในการแสดงออกและการเสริมสร้างสมรรถนะในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกัน” โดยมีหลักการหนึ่งระบุว่า “การยกระดับความรู้ทันสื่อให้สูงขึ้น” ส่งผลให้ประเทศสมาชิกนานาประเทศของยูเนสโกได้ขานรับหลักการนี้และนำไปขับเคลื่อนประเทศของตน (พรทิพย์ เย็นจะบก, 2552: 9) นอกจากนี้ บุปผา เมฆศรีทองคำ และดนุลา จามจรี (2554: 117-123) อธิบายว่า ในปี ค.ศ. 1982 องค์การยูเนสโก ได้ให้ความสำคัญต่อการศึกษารู้เท่าทันสื่อ โดยกำหนดไว้ในปฏิญญา Grunwald (Grunwald Declaration) ว่า “เราต้องเตรียมเยาวชนสำหรับการอยู่ในโลกของอิทธิพลจากภาพ คำและเสียง” ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นของการศึกษารู้เท่าทันสื่อของประชาชน...และในการประชุม ณ กรุงปารีสในปี ค.ศ. 2007 องค์การยูเนสโกได้มีการปรับปรุงเนื้อหาจากปฏิญญา Grunwald เป็น “The Paris Agenda” ซึ่งประกอบด้วย 12 ข้อเสนอสำหรับการศึกษารู้เท่าทันสื่อเพื่อส่งเสริมการนำไปใช้ในทางปฏิบัติ การศึกษารู้เท่าทันสื่อจึงถูกจัดวางให้อยู่ในกรอบแนวคิดของการเรียนรู้ตลอดชีวิตในทุกระดับวัยและครอบคลุมทุกสื่อ โดยให้ความสำคัญกับการสร้างเครือข่ายและแลกเปลี่ยนภายในองค์กรระหว่างประเทศให้มีความชัดเจนขึ้น ทุกประเทศเพิ่มความตระหนักและผลักดันให้ผู้มีอำนาจในการตัดสินใจทางกฎหมาย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดในระบบการศึกษา รวมถึงนักเคลื่อนไหวในสังคม ทักษะพื้นฐานและระบบการประเมินควรได้รับการพัฒนาไปพร้อม ๆ กับการพัฒนาและวิธีการสอนที่เหมาะสม และควรจะบูรณาการเข้าไปในหลักสูตรฝึกอบรมครู ซึ่งในปี ค.ศ.2008 ยูเนสโก ได้จัดพิมพ์ข้อเสนอสำหรับการฝึกอบรมครูเกี่ยวกับการศึกษารู้เท่าทันสื่อที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมได้ทั่วโลก (เยาวภา บัวเวช และมาริษา สุจิตวนิช, 2558: 1 – 2)

ด้วยการพัฒนาของเทคโนโลยีการสื่อสารที่เต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสารที่หลากหลายและแพร่กระจายผ่านสื่อต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นสื่อกระแสหลักอย่างโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อทางเลือกอย่างอินเทอร์เน็ต และสื่อสังคมออนไลน์ ส่งผลให้ผู้บริโภคสื่อเกิดเสรีภาพในการเสพข้อมูลข่าวสารได้อย่างอิสระ อีกทั้งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้รูปแบบของการสื่อสารเปลี่ยนแปลงไป นั่นคือ ผู้รับสารมีสถานะเป็นได้ทั้งผู้บริโภคสื่อและผู้ส่งสารในเวลาเดียวกัน สถานะของการสื่อสารจึงไร้การควบคุม ทั้งขอบเขตและเนื้อหา และนำไปสู่ประเด็นที่ว่า เมื่ออยู่ในฐานะของผู้รับและผู้ส่งสารในเวลาเดียวกันจะมีวิธีการใช้สื่ออย่างไรให้เกิดประโยชน์โดยไม่ตกเป็นเหยื่อของสื่อ เพราะการใช้สื่อย่อมส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม ทศนคติ ค่านิยม โดยเฉพาะผลที่เกิดกับตัวผู้รับสื่อและสังคม โดยเฉพาะเยาวชนคือ ผู้ที่มีโอกาสเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร การประเมินข้อมูลข่าวสารและการสื่อสารข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากเป็นวัยที่มีความ

ต้องการที่จะแสวงหาข่าวสาร ซึ่งเนื้อหาที่น่าเสนอส่วนใหญ่จะเป็นไปตามกลไกทางการตลาด เช่น การโฆษณา เกมโชว์ ละคร ภาพยนตร์ ศิลปิน ดาราที่เน้นการสร้างภาพลักษณ์ สร้างการยอมรับหรือกระแสนิยมให้กับช่อง หรือสื่อของตนเอง โดยมีประโยชน์ทางธุรกิจแอบแฝง รวมถึงการนำเสนอเนื้อหาเกินจริง แต่งเติม สร้างภาพ หรือบิดเบือนความจริง การนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อดังกล่าวจึงเป็นการพยายามมุ่งโน้มน้าวชวนเชื่อ มอมเมาให้เยาวชนหลงเชื่อไปตามกลไกทางการตลาด เช่น การสร้างค่านิยมการบริโภคอย่างฟุ่มเฟือย การสร้างค่านิยมที่ขัดต่อศีลธรรมอันดีงามของสังคม การมอมเมาให้เสพติดสื่อเป็นเวลานานจนทำให้เยาวชนขาดการมีปฏิสัมพันธ์กับครอบครัวและสังคมน้อยลง ดังนั้น หากเยาวชนเสพสื่อโดยใช้แต่อารมณ์ ขาดการใช้เหตุผล การคิดวิเคราะห์และรับรู้ถึงผลกระทบที่จะตามมาภายหลัง อาจส่งผลให้เยาวชนเหล่านี้ตกเป็นเหยื่อของสื่อ โดยไม่รู้ตัว เนื่องจากเบื้องหลังของสื่อคือ การสร้างอำนาจในการควบคุมความคิดและการกระทำ ดังนั้น จึงเป็นสิ่งที่จะต้องทำความเข้าใจว่า เยาวชนควรจะต้องมีการเรียนรู้สื่อต่าง ๆ อย่างไร ไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของการเสพสื่อการเรียนรู้เพื่อการรู้เท่าทันสื่อจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องเร่งสร้างการรับรู้ ความเข้าใจและทักษะในการบริโภคสื่อเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันให้เกิดขึ้น อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมความคิดอย่างมีเหตุผล

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้เขียน ในฐานะอาจารย์ผู้รับผิดชอบสอนรายวิชา การเขียนภาษาไทย ให้กับนักศึกษาจีน จากวิทยาลัยเทคโนโลยีการอาชีพหนานหนิง ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน จำนวน 19 คน แยกเป็น ชาย 4 คน และ หญิง 15 คน หลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ และการนำไปใช้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีน ว่ามีความคิดเห็นอยู่ในระดับใด เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาสื่อการสอนสำหรับนักศึกษาจีนรุ่นต่อไป รวมทั้งนักศึกษาสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาหลักสูตรนิเทศศาสตรบัณฑิตในอนาคต เพื่อให้นักศึกษาตระหนักถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีน
2. เพื่อศึกษาการนำไปใช้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีน

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

2.1. แนวคิดหลักในการรู้เท่าทันสื่อ

อุณาโลม จันทรุ่งมณีกุล (2549: 4-6) กล่าวว่า องค์กรที่ทำงานเรื่องการรู้เท่าทันสื่ออย่างต่อเนื่อง Center for Media Literacy ได้ทำการรวบรวมแนวคิดหลักการรู้เท่าทันสื่อ โดยรวบรวมความคิดจากประเทศออสเตรเลียและอังกฤษ นับแต่ปี 1987 เป็นต้นมา แนวคิดหลักนี้มีที่มาจากทฤษฎีการรู้เท่าทันสื่อ และการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกันระหว่างครูผู้สอน ซึ่งเป็นแนวคิดที่ได้รับการยอมรับกันอย่างกว้างขวางในประเทศอังกฤษ ออสเตรเลีย แคนาดา และสหรัฐอเมริกา มีแนวคิดหลักในการรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้

1. สื่อทั้งหลายล้วนแต่เป็นการประกอบสร้าง (all media are construction) ถือเป็นแนวคิดที่สำคัญที่สุด สื่อไม่ได้สะท้อนภาพความเป็นจริงภายนอกอย่างตรงไปตรงมา สื่อเป็นผลของการประกอบสร้างจากเทคนิคพิเศษ มุมกล้อง สี เสียง เป็นต้น การรู้เท่าทันสื่อคือการรื้อถอนการประกอบสร้าง (deconstructing) เหล่านี้ออกมา เช่น การแยกเทคนิควิธีออกมาจากเนื้อหา

2. สื่อสร้างภาพความเป็นจริง (the media construct reality) ข้อมูลที่เรารับรู้ต่อสิ่งต่างๆ ผ่านสื่อ นั้นเป็นสิ่งที่ถูกตีความ ถูกสร้างขึ้น และสรุปโดยสื่อ แต่ถูกสื่อสารไปยังผู้รับสารราวกับเป็นความจริงที่เกิดขึ้น

3. ผู้รับสารสามารถต่อรองความหมายของสื่อ (audiences negotiate meaning in media) ผู้รับสารสามารถที่จะต่อรองความหมายของสิ่งต่าง ๆ ที่ถูกประกอบสร้างจากสื่อ ทั้งนี้กระบวนการต่อรองดังกล่าว จะเป็นเป็นเช่นไร ก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนตัวของผู้รับสาร เช่น เชื้อชาติ เพศ ภูมิหลังทางครอบครัว วัฒนธรรม จุดยืนทางศีลธรรม ความพึงพอใจ ปัญหาที่เผชิญในแต่ละวัน

4. สารมีนัยของธุรกิจการค้าแอบแฝงอยู่ (media messages have commercial implications) การรู้เท่าทันสื่อมุ่งให้ผู้รับสารได้เกิดการพิจารณาว่าองค์กรสื่อเป็นองค์กรธุรกิจอย่างหนึ่งที่เป่าหมายเพื่อแสวงหากำไร และอาจส่งผลกระทบต่อเนื้อหา เทคนิค และการกระจายข่าวสาร มีเพียงบุคคลเพียงไม่กี่กลุ่มที่เป็นเจ้าของทุนธุรกิจสื่อเหล่านี้ และสามารถควบคุมสิ่งที่เราดูอ่านและได้ยินจากสื่อ

5. สารในสื่อเต็มไปด้วยอุดมการณ์และค่านิยม (media contain ideological and value messages) สื่อทุกสื่อล้วนถ่ายทอดค่านิยม วิถี การดำเนินชีวิต หรือคุณค่าบางอย่างไปสู่ผู้รับสาร เช่น การบอกว่ชีวิตที่ดีควรเป็นอย่างไร บทบาทของผู้หญิง ค่านิยมบริโภคนิยม ค่านิยมชายเป็นใหญ่

6. สารในสื่อมีนัยทางการเมืองและสังคม (media messages contain social and political implications) สื่อมีอิทธิพลสูงมากในทางการเมืองและสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในสังคม โทรทัศน์สามารถชักจูงใจผู้คนในการเลือกตั้ง หรือลงประชามติ สามารถกระตุ้นให้ประชาชนเกิดสำนึกในเรื่องสิทธิมนุษยชน ร่วมรับรู้กระแสต่าง ๆ ของความคิดของผู้คนทั่วโลกไปในทิศทางเดียวกันตามตามแนวคิดหมู่บ้านโลก (Global Village)

7. รูปแบบและเนื้อหาของสื่อเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับความหมายที่ถ่ายทอด (form and content are closely related in media messages) สื่อแต่ละประเภทมีไวยากรณ์และรหัสในการสื่อสารอันเป็นลักษณะเฉพาะของสื่อ ดังนั้นแม้ว่าจะใช้สื่อต่างชนิดกันเพื่อสื่อสารเรื่องเดียวกัน แต่ความหมายที่ออกมา ก็จะแตกต่างกันไปในแต่ละสื่อ

8. สื่อแต่ละชนิดมีรูปแบบทางสุนทรียศาสตร์ที่แตกต่างกัน (each medium has a unique aesthetic form) ผู้รับสารควรมีความสามารถในการรับความพึงพอใจจากรูปแบบต่างๆ ของสื่อที่แตกต่างกัน

2.2 ความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อ

การรู้เท่าทันสื่อ นั้นถือกำเนิดขึ้นพร้อมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่เกิดขึ้นกับสื่อต่าง ๆ ตั้งแต่ยุคของสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ในระบบอนาล็อก (analog) จนก้าวมาสู่ยุคทางด่วนสารสนเทศ (information superhighway) ที่สื่อต่าง ๆ สื่อสารผ่านระบบดิจิทัล (digital) ใน อันเป็น

ยุคที่สื่อต่าง ๆ ถูกหลอมรวมเข้าหากัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในการสื่อสารที่ทำให้ผู้คนไม่ว่าจะอยู่มุมใดของโลกสามารถที่จะเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้นั้น ในอีกแง่หนึ่งที่ไม่สามารถปฏิเสธได้ก็คือความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสารเหล่านี้ได้เพิ่มอำนาจให้กับผู้ส่งสาร ซึ่งมักจะเป็นองค์กรสื่อสารมวลชนขนาดใหญ่ที่มีเงินทุนจำนวนมากที่มีผู้คนเพียงไม่กี่รายที่จะสามารถเข้าถึงกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของสื่อ และขับเคลื่อนไปด้วยปัจจัยทางเศรษฐกิจ ภายใต้สังคมทุนนิยม แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อจึงถือกำเนิดขึ้นเพื่อเป็นแนวคิดที่คานงัดสร้างสมดุลแห่งอำนาจ ของระบบการสื่อสารจากที่อำนาจไปกระจุกตัวอยู่ที่ผู้ส่งสารให้ถ่ายเทมาอยู่ในฝั่งผู้รับสาร ด้วยการปลูกฝังแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ (กาญจนา แก้วเทพ, 2551: 305 - 306) ทั้งนี้สามารถสรุปเป็นประเด็นต่าง ๆ อันเป็นการเปลี่ยนแปลงทางสังคมจนนำไปสู่การตระหนักถึงความสำคัญของการติดตั้งกลไกการรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้

สภาพของยุคข้อมูลข่าวสาร ทำให้เนื้อหา ข่าวสารในรูปแบบต่าง ๆ ได้ไหลบ่าเข้าหาผู้รับสารทุกวัย ผู้คนในสมัยปัจจุบันทุกคน ทุกวัย ล้วนแต่มีเครื่องมือเทคโนโลยีการสื่อสารอันนำสมัย อุปกรณ์ไอซีที (ICT – Information and Communication Technology) ติดไว้ข้างกายเพื่อไวติดต่อบริการสื่อสารทำงานและอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ เช่น สมาร์ทโฟน คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีที่น่าสมัยเหล่านี้สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลายหน้าที่ สมาร์ทโฟนทำได้มากกว่าการพูดคุยกันธรรมดาด้วยเสียง แต่มีกล้องที่สามารถถ่ายภาพของคู่สนทนาได้ แชท (chat) ได้ เล่นเกมได้รวมไปถึงสามารถท่องเว็บไซต์ได้อย่างไร้ขีดจำกัด ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเหล่านี้ได้ช่วยย่อโลกทั้งใบให้เล็กลงเพียงปลายนิ้วสัมผัส จากสภาพดังกล่าว พบว่า มีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั่วโลกมากกว่า 2,557 ล้านคน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และต่อเนื่อง ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในปัจจุบันยังไม่ได้เพียงแค่อยู่ในฐานะของผู้บริโภคข้อมูลข่าวสาร แต่ยังก้าวขึ้นมาเป็น ผู้สร้างและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร สร้างกระแสข้อมูล ปริมาณมหาศาลที่ไหลเวียนบนทางด่วนสารสนเทศ (information superhighway)

2.3 ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ

ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ มีองค์กร นักวิชาการ นักวิชาชีพทางด้านความรู้เท่าทันสื่อได้ให้คำจำกัดความที่น่าสนใจ ดังนี้

ในการประชุม The National Leadership Conference on Media Literacy ซึ่งได้รับการสนับสนุนของสถาบันเอสปิน (Aspen Institute) เมื่อ ปี ค.ศ.1992 ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นการประชุมเพื่อที่จะหาแนวทางให้เข้าใจในหลักการที่ตรงกันเกี่ยวกับคำว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” (Media Literacy) ซึ่งผลของการประชุมครั้งนี้ ได้เห็นพ้องกันในการอธิบายการรู้เท่าทันสื่อว่า เป็นความสามารถของพลเมืองในการเข้าถึง (access) วิเคราะห์ (analysis) และผลิต (produce) ข้อมูลข่าวสารในหลากหลายรูปแบบเพื่อผลลัพธ์ที่เฉพาะเจาะจง (Silverbatt 1995 อ้างถึงใน สุภาณี แก้วมณี, 2547: 34) ในการประชุมครั้งนั้นได้มีการรายงานสรุปและให้รายละเอียดความหมายของการรู้เท่าทันสื่อไว้ว่าเป็นความสามารถในการวิเคราะห์ (analyze) การเพิ่มพูน (augment) และการมีพลังอำนาจเปลี่ยนแปลง (influence) ในการรับสื่อเพื่อเป็นพลเมืองอย่างมีประสิทธิภาพ

โดยสามคำที่กล่าวมานั้นมีความสัมพันธ์กับทักษะของผู้บริโภค (consumer skills) ผู้ใช้สื่อ (user skills) และผู้ผลิต (producer skills) ไว้ดังนี้ (Aufderheide, 1992)

1. การวิเคราะห์ (analyze) ทักษะในฐานะผู้บริโภคสื่อ (consumer Skills) คือผู้รู้เท่าทันสื่อที่จะสามารถรู้ถึงจุดประสงค์ของเนื้อหาสื่อและตระหนักรู้ถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่กระทบกับจุดประสงค์นั้น รวมถึงปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ ชนชาติ และอื่น ๆ อีกทั้งรู้ว่าต้องการใช้เนื้อหาอย่างไรและตระหนักรู้ถึงปัจจัยที่เชื่อมโยงกัน เช่น การนำเสนอผ่านสื่อ แนวคิดพื้นฐานเกี่ยวสังคม เศรษฐกิจและการเมืองและแรงจูงใจที่ซ่อนอยู่ของผู้ผลิตเนื้อหาสื่อ และสุดท้ายคือ ผู้รู้เท่าทันสื่อจะสามารถตระหนักรู้ถึงปัจจัยด้านวัฒนธรรมซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการอ่านเนื้อหาของสื่อ

2. การเพิ่มพูน (augment) ทักษะในฐานะผู้ใช้สื่อ (user skills) ผู้รู้เท่าทันสื่อสามารถหาที่มาของแหล่งข้อมูลข่าวสาร ที่เหมาะสมเพื่อการศึกษาเพิ่มเติมในหัวข้อที่สนใจ รวมถึงความสามารถที่ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมอย่างมีประสิทธิภาพ

3. การมีพลังอำนาจเปลี่ยนแปลง (influence) ทักษะในฐานะผู้สามารถผลิตสื่อ (producer skills) ผู้รู้เท่าทันสื่อสามารถเปลี่ยนแปลงผลกระทบหรือความหมายของสารจากสื่อได้อย่างรอบคอบ ตัวอย่างการรายงานข่าวทางโทรทัศน์ที่มีผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ผู้รู้เท่าทันสื่อจะสามารถค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมมาสนับสนุนได้ว่าข่าวใดเป็นข่าวที่รายงานให้เกิดผลกระทบเชิงลบเกินจริงหรือไม่ ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในความรู้เรื่องข่าวนั้น ๆ

Hobbs & Frost (1999: 2 - 3) ได้อธิบายถึง ความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อว่า เป็นการเข้าถึงสาร การวิเคราะห์สาร การประเมินสาร และการใช้สารสื่อความหมาย ซึ่งสอดคล้องกับความหมาย ที่ Wan & Cheng (2004: 2) ได้ระบุถึงความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อ 4 ประการ ได้แก่

1. การเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร (access information) คือ ทักษะในการอ่าน การหาแหล่งที่มา การเลือก และการจัดการข้อมูลข่าวสาร จากแหล่งข้อมูลที่มีความหลากหลาย เช่น สิ่งพิมพ์ วิดีโอ และอินเทอร์เน็ต

2. การวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร (analyze information) คือ การวิเคราะห์และการสำรวจว่าเนื้อหาสารถูกสร้างอย่างไร การวิเคราะห์นี้ต้องอาศัยทักษะต่าง ๆ เช่น การใช้ความรู้อย่างมีประสิทธิภาพ การตัดสินใจชนิดของผลงาน การอนุมานเหตุและผล การระบุจุดประสงค์ของผู้เขียน การรู้ถึงบริบทด้านสังคม การเมือง ประวัติศาสตร์ ความงามของศิลปะของข้อมูลข่าวสาร

3. การประเมินข้อมูลข่าวสาร (evaluate information) คือ การประเมินเนื้อหาสารของสื่อโดยใช้หลักคุณธรรม จริยธรรม และประชาธิปไตยของตน รวมถึงทักษะอื่น ๆ เช่น การตัดสินใจมีความมีประโยชน์ของสาร การใช้ความรู้ที่มีมาก่อน มาแปลความหมายผลงาน การระบุคุณค่าของสาร และการชื่นชมคุณภาพทางศิลปะของผลงาน

4. การสื่อสารข้อมูลข่าวสาร (communication) คือ การแสดงความคิดเห็นหรือการสร้างสารของตนเอง โดยใช้เครื่องมือและสื่อต่าง ๆ ที่มีความหลากหลาย รวมถึงการอ่าน การเขียน การพูด การเข้าใจผู้ชมผู้ฟัง การใช้สัญลักษณ์ในการแสดงความหมายในการติดต่อสื่อสาร การจัดการความคิดต่าง ๆ และการจับความสนใจ

ของผู้ชม ผู้ฟัง ซึ่งจะใช้ทักษะ เช่น การตัดต่อ การทบทวน แก้ไข และการสร้างสารกับเครื่องมือและสื่อที่มีหลากหลาย

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

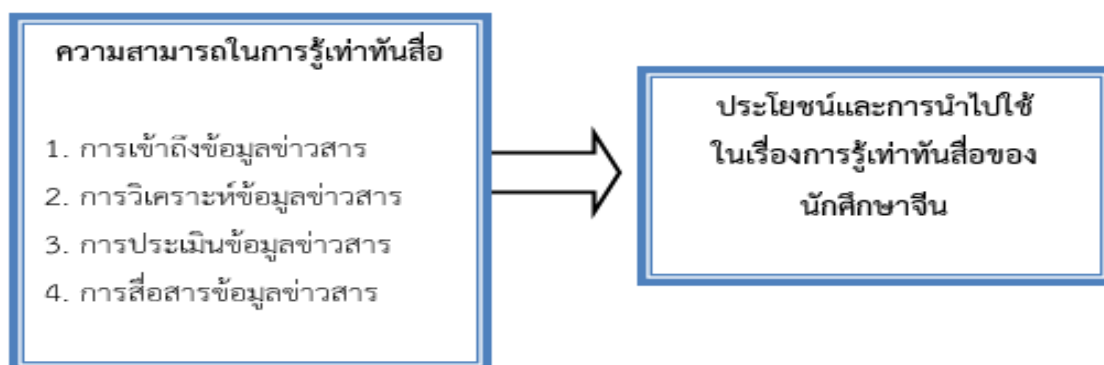
กวิสรดา ทองดี (2557) ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาระดับการรู้เท่าทันสื่อ โดยใช้ชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริงเรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณาสำหรับเด็กและเยาวชน ผลจากการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีค่าคะแนนและระดับการรู้เท่าทันสื่อส่วนใหญ่มีระดับการรู้เท่าทันสื่อในระดับที่ 1 รองลงมาคือ การรู้เท่าทันสื่อในระดับที่ 2 และมีความต้องการเรียนรู้จากสื่อชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริงในระดับมาก สำหรับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนพบว่า คะแนนสอบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน ส่วนความพึงพอใจของผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจมากที่สุด สรุปได้ว่า การพัฒนาระดับความรู้เท่าทันสื่อ โดยใช้ชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริง เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชนมีคุณภาพดีมาก สามารถนำไปใช้ได้จริง

เมตตา ดีเจริญ (2558) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผลการศึกษา พบว่า ด้านประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อมีความรู้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.31) และความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำไปใช้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อมีความรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.33)

เยาวภา บัวเวช และมาริษา สุจิตวนิช (2558) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ด้านประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อมีความรู้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.46) ส่วนการนำไปใช้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.72$, S.D. = 0.45)

รติ ธนารักษ์ (2558) ศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, S.D. = 0.57) และความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำไปใช้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อมีความรู้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.65)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากร ได้แก่ นักศึกษาจีน จำนวน 19 คน จากวิทยาลัยเทคโนโลยีการอาชีพหนานหนิง ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน แยกเป็น ชาย 4 คน และ หญิง 15 คน ศึกษาหลักสูตรภาษาไทยเพื่อการสื่อสาร ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ปีการศึกษา 2561

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามที่ให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงด้านเนื้อหา (content validity) ของข้อกระทงคำถาม แล้วหาดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence : IOC) โดยเลือกเฉพาะข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง ตั้งแต่ 0.67 – 1.00 ขึ้นไป การทดสอบคุณภาพของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try out) กับประชากรซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำแบบสอบถามมาหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.860

3.3 การใช้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติพรรณนา วิเคราะห์ด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4. ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 19 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 78.95 และเพศชาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 21.05

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานต่อประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีน

ประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ	μ	σ	ระดับ
1. นักศึกษาตระหนักถึงความสำคัญของจรรยาบรรณวิชาชีพที่ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อต้องมี	4.46	0.53	มาก
2. นักศึกษาเห็นความสำคัญของคุณค่า คุณธรรม จริยธรรม ที่บุคคลพึงมี ทั้งต่อตนเอง ชุมชน และสังคม	4.45	0.53	มาก
3. นักศึกษาตระหนักว่าสื่อมีบทบาทในด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และอื่น ๆ ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อหรือสร้างอิทธิพลทางลบและทางบวกต่อชุมชน สังคม ประเทศชาติได้	4.48	0.54	มาก
4. นักศึกษาสามารถเลือกรับข่าวสารหรือเนื้อหาต่าง ๆ จากสื่อที่ดีที่มีคุณภาพ และเป็นประโยชน์ต่อตัวนักศึกษาเองได้	4.39	0.54	มาก
5. นักศึกษาสามารถประยุกต์ความรู้เกี่ยวกับสื่อและการนำเสนอของสื่อที่ได้พบเห็นเพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.40	0.54	มาก

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ	μ	σ	ระดับ
6. นักศึกษาสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันและหาแนวทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อตัวนักศึกษาเองได้อย่างสร้างสรรค์	4.43	0.56	มาก
7. นักศึกษาได้เรียนรู้ว่าการมีจิตสาธารณะนั้นมีความสำคัญต่อชุมชน ท้องถิ่น หรือสังคมที่นักศึกษาเป็นสมาชิกอยู่	4.41	0.57	มาก
8. นักศึกษาเคารพและยอมรับในความแตกต่างกันของบุคคล ทั้งในด้านเชื้อชาติ ศาสนา สีผิว ถิ่นที่อยู่ และความแตกต่างทางวัฒนธรรมอื่น ๆ	4.44	0.54	มาก
9. นักศึกษาสามารถใช้สารสนเทศและเทคโนโลยีด้านการสื่อสารได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์การสื่อสารในชีวิตประจำวันของตัวนักศึกษาเอง	4.26	0.48	มาก
10. นักศึกษาสามารถออกแบบสร้างสรรค์สื่อและเนื้อหาของสื่อได้อย่างมีคุณภาพและประสิทธิภาพเพื่อประโยชน์ของตนเอง ชุมชน และสังคม	4.26	0.53	มาก
รวม	4.39	0.53	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า นักศึกษาจีนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.39$, $\sigma = 0.53$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ อยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 3 ลำดับ ได้แก่ 1) นักศึกษาตระหนักว่าสื่อมีบทบาทในด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และอื่น ๆ ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อหรือสร้างอิทธิพลทางลบและทางบวกต่อชุมชน สังคม ประเทศชาติ ได้ ($\mu = 4.48$, $\sigma = 0.54$) 2) นักศึกษาตระหนักถึงความสำคัญของจรรยาบรรณวิชาชีพที่ผู้ประกอบวิชาชีพสื่อต้องมี ($\mu = 4.46$, $\sigma = 0.53$) และ 3) นักศึกษาเห็นความสำคัญของคุณค่า คุณธรรม จริยธรรม ที่บุคคลพึงมีทั้งต่อตนเอง ชุมชนและสังคม ($\mu = 4.45$, $\sigma = 0.53$)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานต่อการนำไปใช้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีน

การนำไปใช้ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อ	μ	σ	ระดับ
1. นักศึกษาจะประเมินตัดสินคุณค่าทางศิลปะต่อเนื้อหาสื่อที่นักศึกษา ดู ฟัง หรืออ่าน	4.19	0.48	มาก
2. นักศึกษาจะประเมินตัดสินคุณค่าในเชิงสาระความรู้ ศีลธรรม จรรยาบรรณ วัฒนธรรม ประเพณีต่อเนื้อหาข่าวสารที่นักศึกษา ดู ฟัง หรืออ่าน ทั้งในระดับประโยชน์ต่อตัวนักศึกษาและสังคม	4.41	0.57	มาก

ตารางที่ 2 (ต่อ)

การนำไปใช้ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อ	μ	σ	ระดับ
3. นักศึกษาจะประเมินว่าเนื้อหาข่าวสารต่างๆ ของสื่อได้สร้างให้เกิดค่านิยม แนวคิด ภาพตัวแทนต่าง ๆ ที่สื่อสร้างขึ้น และจะปฏิเสธไม่ยอมรับค่านิยม แนวคิด ภาพตัวแทนที่สื่อได้สร้างความหมายขึ้นมาแล้วไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง	4.28	0.87	มาก
4. นักศึกษาจะแสวงหาเนื้อหาข่าวสารที่นักศึกษาต้องการจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ และคัดเลือกข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ถูกต้อง และจัดการได้อย่างเป็นระบบ	4.57	0.52	มากที่สุด
5. นักศึกษาจะผลิตเนื้อหาข่าวสารและสื่อได้โดยใช้เทคนิคทางด้านภาพ และเสียงในการประกอบสร้างความหมายต่าง ๆ ได้อย่างสร้างสรรค์	4.43	0.48	มาก
6. นักศึกษาจะผลิตสื่อ โดยเลือกใช้สัญลักษณ์ เทคนิคทางด้านภาพ และเสียงต่าง ๆ เพื่อสร้างความหมาย สื่ออารมณ์ และความงามทางศิลปะ	4.36	0.62	มาก
7. นักศึกษาจะผลิตเนื้อหาข่าวสารและสื่อ โดยมีการวิเคราะห์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดวัตถุประสงค์ และกลวิธีในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม	4.38	0.68	มาก
8. นักศึกษาจะออกแบบเนื้อหาสารผ่านองค์ประกอบภาพและเสียง ให้ผู้รับสารที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเข้าใจ และชื่นชอบผลงานของนักศึกษา	4.37	0.64	มาก
9. เมื่อนักศึกษาได้รับเนื้อหาข่าวสารผ่านสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์คเกี่ยวกับดารา บุคคลที่มีชื่อเสียง หรือกลุ่มคนเชื้อชาติใดในทางลบ นักศึกษาจะอธิบายได้ว่าสื่อใช้กลวิธีอะไรในการสร้างความหมายทางลบให้กับบุคคลเหล่านั้นและเห็นว่าตนเองไม่จำเป็นต้องเชื่อตามที่สื่อนำเสนอ	4.26	0.32	มาก
10. เมื่อนักศึกษาได้รับมอบหมายให้ทำรายงาน ในการแสวงหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต นักศึกษาจะแสวงหาข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่หลากหลาย แต่จะไม่เชื่อข้อมูลที่พบในทันทีที่ต้องตรวจสอบก่อนว่าเว็บไซต์นั้นน่าเชื่อถือ ผู้เขียนเป็นใคร และสารนั้นตรงกับความต้องการของนักศึกษา	4.24	0.40	มาก
11. นักศึกษาจะผลิตเนื้อหาข่าวสารและสื่อที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชุมชน สถานศึกษา หรือสังคมที่นักศึกษาอยู่	4.37	0.54	มาก
รวม	4.35	0.56	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า นักศึกษาจีนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำไปใช้ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.35, \sigma = 0.56$) เมื่อพิจารณาแต่ละข้อพบว่า การนำไปใช้ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีนอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 3 ลำดับ ได้แก่ 1) นักศึกษาจะแสวงหาเนื้อหาข่าวสารที่นักศึกษาต้องการจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ และคัดเลือกข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ถูกต้อง และจัดการได้อย่างเป็นระบบ ($\mu = 4.57, \sigma = 0.52$) 2) นักศึกษาจะผลิตเนื้อหาข่าวสารและสื่อ โดยมีการวิเคราะห์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดวัตถุประสงค์ และกลวิธีในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม ($\mu = 4.43, \sigma = 0.48$) และ 3) นักศึกษาจะประเมินตัดสินคุณค่าในเชิงสาระความรู้ ศีลธรรม จรรยาบรรณ วัฒนธรรม ประเพณีต่อเนื้อหาข่าวสารที่นักศึกษาดู ฟัง หรืออ่าน ทั้งในระดับประโยชน์ต่อตัวนักศึกษาและสังคม ($\mu = 4.41, \sigma = 0.57$) ตามลำดับ

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษา นักศึกษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม อภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ ดังนี้

1. ประโยชน์ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ รติ ธนารักษ์ (2558) ศึกษาการเรียนรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ พบว่า นักศึกษามีความคิดเห็นเกี่ยวกับประโยชน์ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อ โดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ เยาวภา บัวเวช และมาริษา สุจิตวนิช (2558) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ด้านประโยชน์ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อมีความรู้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนการนำไปใช้ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ เมตตา ดีเจริญ (2558) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผลการศึกษา พบว่า ด้านประโยชน์ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อมีความรู้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และการนำไปใช้ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อมีความรู้ในระดับมาก

2. การนำไปใช้ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษา ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ รติ ธนารักษ์ (2558) ศึกษาการเรียนรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ พบว่า นักศึกษาจะผลิตเนื้อหาข่าวสารและสื่อ โดยมีการวิเคราะห์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดวัตถุประสงค์ และกลวิธีในการสื่อสารได้อย่างเหมาะสม อยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ เยาวภา บัวเวช และมาริษา สุจิตวนิช (2558) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า ด้านประโยชน์ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อมีความรู้ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนการนำไปใช้ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับเมตตา ดีเจริญ (2558) ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ กรณีศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา ผลการศึกษา พบว่า ด้านประโยชน์ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อมีความรู้ และความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำไปใช้ในเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนและนักการศึกษาควรนำความคิดเห็นจากประโยชน์ในเรื่องการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาจีน ไปพัฒนาสื่อการเรียนการสอนกับนักศึกษากลุ่มอื่นๆ ในบริบทที่เหมาะสม และใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนและประชาชนในสังคม
2. นักวิชาการด้านสื่อสารมวลชนและนักการศึกษา ควรนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อกับผู้เรียน โดยเน้นไปที่การพัฒนาด้านความคิดหรือกระบวนการทางปัญญา (cognitive process)

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ระหว่างนักศึกษาในกลุ่มอาเซียนกับนักศึกษาไทย
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐและมหาวิทยาลัยเอกชน โดยใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดใหญ่เพียงพอในการที่จะเป็นตัวแทนของประชากรที่ศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- กาญจนา แก้วเทพ. (2551). แนวทางหนึ่งของการศึกษาสื่อบุคคล กรณีศึกษาโครงการร่วมกันปั้นแตงนักสื่อสารสุขภาพ. การจัดการความรู้เบื้องต้นเรื่องการศึกษาสื่อสารชุมชน. กรุงเทพมหานคร : ภาพพิมพ์.
- กวิสรา ทองดี. (2557). การพัฒนาระดับการรู้เท่าทันสื่อ โดยใช้ชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริงเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อโฆษณาสำหรับเด็กและเยาวชน. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- บุบผา เมฆศรีทองคำ และ ดนุลดา จามจรี. (2554). การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ : วิธีทางในการสร้างพลังการรู้เท่าทันสื่อ. การรู้เท่าทันสื่อ : การก้าวทันบนโลกข่าวสาร. วารสารนักบริหาร มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. 31 (1): 117 – 123.
- พรทิพย์ เย็นจะบก. (2552). ถอดรหัสลับความคิดเพื่อการรู้เท่าทันสื่อ คู่มือการเรียนรู้เท่าทันสื่อ. กรุงเทพมหานคร : ออฟเซ็ท ครีเอชั่น จำกัด.
- เมตตา ดีเจริญ. (2558). รายงานการวิจัยเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ของนักศึกษาสาขานิเทศศาสตร์. คณะวิทยาการจัดการ. นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- เยาวภา บัวเวช และมาริษา สุจิตวนิช. (2558). รายงานการวิจัยเรื่อง การวิจัยการรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ของนักศึกษาสาขานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- รตี ธนารักษ์. (2558). รายงานการวิจัยเรื่อง การวิจัยการรู้เท่าทันสื่อ : ประโยชน์และการนำไปใช้ของนักศึกษาสาขานิเทศศาสตร์. คณะวิทยาการจัดการ. อุดรดิตต์: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตต์.

สุภาณี แก้วมณี. (2547). การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อหนังสือพิมพ์ : กรณีศึกษานักศึกษาระดับอุดมศึกษาใน
เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาสื่อสารมวลชน คณะวารสารศาสตร์
และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล. (2549). เปิดม่านการรู้เท่าทันสื่อ เปิดประตูสู่การรู้เท่าทันสื่อ : แนวคิด ทฤษฎี
และประสบการณ์การรู้เท่าทันสื่อเพื่อสุขภาพ. นนทบุรี : โครงการสื่อสร้างสรรค์สุขภาพ.

Aufderheide. P.,(1992). Media Literacy. A Report of the National Leadership. Conference on
Media Literacy. Queentown, MD December 7-9.

Hobbs, R., & Froast, R. (1999). Instructional Practices in Media Literacy Education and Their
Impact on Students' Learning. *New Jersey Journal of Communication*, 6 (2): 123 –
148.

Wang, G. & Cheng, H. (2004). *The Media – Savvy: Teaching Media Literacy Skills Grade 2- 6*.
Illinois: Zephyr Press

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม

Factors Affecting Housing Buying Decision in Nakhon pathom District

นราธิป แนวคำดี ประพัฒสอน เปียกสอน¹ กฤษณ์ ทัพจุฬา² และธัญพร เลี้ยงรักษา³

(Narathip Naewkhamdee, Praputhson Piakson, Krit Thapchula
and Thunyaporn Leangruksa)

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1). เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และระดับการตัดสินใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม 2). เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ที่ซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม ใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวกจำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการทดสอบ t - test แบบสถิติความแปรปรวนทางเดียว และ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุวิธี

ผลการศึกษาพบว่า

1. ผลการศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม พบว่า โดยภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยสามลำดับแรกที่ได้รับการประเมิน คือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านกระบวนการ ตามลำดับ ผลการศึกษาระดับการตัดสินใจซื้อ ด้านการค้นหาข้อมูลมีความสำคัญเป็นอันดับแรก รองลงมา คือด้านการรับรู้ปัญหา ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ และด้านการประเมินทางเลือกเป็นอันดับสุดท้าย

2. ผลการเปรียบเทียบ พบว่า ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ อาชีพ สถานภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนกับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และผลการทดสอบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยด้านการสร้าง การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านราคามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การตัดสินใจ บ้านจัดสรร ส่วนประสมทางการตลาด

¹ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี 10170

Lecturer Faculty of Business Administration Bangkokthonburi University 10170

² นักวิชาการอิสระ

Freelance Academic Person

³ ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท เอ็มพัฒนา จำกัด

Marketing Manager Aim Pattana Company Limited

Corresponding Author: Narathip01@gmail.com

ABSTRACT

This research study with the objectives 1) to study the level of marketing mix factors And the level of decision making that affects the decision to buy housing in Nakhon Pathom Province 2). To compare personal characteristics factors and marketing mix factors affecting the decision to purchase housing in Nakhon Pathom Province. The samples used in this research were those who bought housing in Nakhon Pathom province. Using Convenience Sampling, 400 people using questionnaires as a tool to collect data The statistics used in the analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation. Hypothesis testing with statistics, t-test, one-way ANOVA and multiple regression analysis

The study indicated that

1. The results of the study of factors affecting the decision to purchase housing in Nakhon Pathom Province showed that the overall score was at a high level. The first three evaluations are the product price side. And process respectively. The results of the study of purchasing decision levels. The search for information is first priority, followed by problem awareness. The decision to buy after buying behavior and the final assessment of alternatives

2. The comparison results showed that personal characteristics factors such as age, occupation, status, average income per month and the decision to purchase housing in Nakhon Pathom province is different with statistical significance 0.05 and the results of marketing mix factors Consists of creating Physical presentation Product Marketing promotion In terms of distribution channels and price, the decision to buy housing in Nakhon Pathom province is different with statistical significance at the level of 0.05.

Keywords: Decision making, Housing, marketing mix

Article history:

Received 6 June 2019

Revised 17 July 2019

Accepted 22 July 2019

SIMILARITY INDEX = 1.25 %

1. บทนำ

ที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นสิ่งที่พำนักอาศัย แต่ที่อยู่อาศัยยังจัดเป็นทรัพย์สินที่มีอายุยาวนาน ธุรกิจที่อยู่อาศัยเป็นธุรกิจที่สะท้อนให้เห็นถึงระดับมาตรฐาน คุณภาพชีวิตของประชาชน และยังมีอิทธิพลต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจภาวะการจ้างงาน ตลอดจนอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องมากมาย ความต้องการที่อยู่อาศัยไม่ใช่ความต้องการในตัวโครงสร้างของอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างเพียงอย่างเดียว แต่เป็นความต้องการที่ได้รับจากบริการที่เกิดขึ้นจากที่อยู่อาศัยด้วย บริการที่ได้รับจากที่อยู่อาศัยสามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐาน (วีณา ศรีเจริญ, 2558)

ปัจจุบันโครงการบ้านจัดสรรมีการพัฒนารูปแบบของที่อยู่อาศัยให้เกิดขึ้นหลากหลาย ภาพรวมตลาดอสังหาริมทรัพย์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมีการเติบโตทั้งบ้านจัดสรรและคอนโดมิเนียมผู้บริโภคมีความต้องการซื้อเพื่ออยู่อาศัยจริงภาพรวมธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในปี 2561 มีการเติบโตมากกว่าจีดีพี ซึ่งในปีนี้อคาดว่าภาพรวมเศรษฐกิจจะมีการขยายตัวได้ประมาณ 4% และคาดว่าธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จะเติบโตได้มากกว่า 5-10% จากปีที่ผ่านมาที่มีอัตราการเติบโตที่ 5% เมื่อเทียบกับปี 2560 (ฐานเศรษฐกิจ, 2561) ที่ผ่านมา ในส่วนการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างเต็มประสิทธิภาพ ผู้ประกอบการธุรกิจบ้านจัดสรรแต่ละแห่งต้องนำกลยุทธ์ต่าง ๆ มาใช้ในการดึงดูดลูกค้า เช่นปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง (Location) ระบบความปลอดภัย และการคมนาคมสะดวกและรวดเร็ว (ชินิตา เอี่ยมสะอาด, 2558) ภาพลักษณ์ตราสินค้า (Brand Image) เป็นตัวกระตุ้นในการซื้อสินค้าได้ (Lien, Wen, Huang & Wu, 2015) การออกแบบ (Design) บ้านที่ทันสมัยตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค และ ความปลอดภัยสิ่งอำนวยความสะดวก (Recreation Facilities) เป็นสิ่งสำคัญของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของผู้บริโภค (Finch, Donaldson, Mahoney & Otago, 2009)

จังหวัดนครปฐม เป็นเขตปริมณฑลที่กำลังพัฒนาและเข้าสู่ความเจริญเติบโตในอนาคตเป็นพื้นที่ติดกับกรุงเทพมหานคร และเป็นแหล่งรวมของประชากรหลากหลายอาชีพที่มีความต้องการที่อยู่อาศัย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม ซึ่งจะศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านประชากรและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อ ซึ่งผลจากงานวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพ สามารถเข้าถึงความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค และนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดบ้านจัดสรรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และระดับการตัดสินใจ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดนครปฐม

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

2.1. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

Schiffman & Kanuk (2010) อธิบายลำดับขั้นพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่มีปัจจัยภายนอกเกี่ยวข้องกับปัจจัยทางการตลาด และปัจจัยภายในที่เป็นปัจจัยทาง จิตวิทยาของบุคคล ซึ่งมีทั้งหมด 3 ขั้นตอน

1) ปัจจัยนำเข้า (Input) คือ ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคใน 2 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย การดำเนินการขององค์การธุรกิจที่ต้องการให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการด้วยการใช้เครื่องมือส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) ส่วนปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม เป็นสภาพแวดล้อมรอบตัวที่มีอิทธิพลในการเกิดพฤติกรรมของผู้บริโภค ได้แก่ ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง ชนชั้นทางสังคม วัฒนธรรม และแหล่งข้อมูลต่างๆ ทั้งสองปัจจัยจะมีอิทธิพลร่วมกันในการตัดสินใจ สถานที่ และวิธีการบริโภคสินค้า/บริการของผู้บริโภค

2) กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนที่แสดงถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งเป็นปัจจัยทางจิตวิทยา ได้แก่ ความต้องการ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ ทศนคติ ค่านิยม รวมทั้งวิถีชีวิตของผู้บริโภค ล้วนส่งผลในการตระหนักถึงความต้องการ รวมทั้งการแสวงหาหรือค้นหาข้อมูล จากนั้นจึงประเมินทางเลือกก่อนทำการซื้อ และยังเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ที่ประเมินหลังจากได้บริโภคผลิตภัณฑ์นั้นๆ

3) ผลลัพธ์ (Output) หมายถึง ขั้นตอนการซื้อที่เป็นขั้นสุดท้าย ได้แก่ การซื้อ การใช้การกำจัดสินค้าส่วนที่เหลือ การซื้อซ้ำ และการประเมินหลังการบริโภค จะแสดงออกมาในรูปแบบความพึงพอใจ/ไม่พึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการนั้น ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นทำให้ผู้บริโภคจดจำเป็นประสบการณ์ที่มีต่อการบริโภค และยังคงส่งผลกับปัจจัยทางจิตวิทยาของผู้บริโภคในระยะถัดไปอีกด้วย

Solomon (2012) แบ่งกระบวนการตัดสินใจออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นการตระหนักปัญหา (Problem Recognition) ขั้นการค้นหาข้อมูล (Information Search) ขั้นการประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ขั้นการเลือกสินค้า/ผลิตภัณฑ์ (Product Choice) และขั้นผลลัพธ์ (Outcomes)

ในขณะที่ Kotler (2009), Kotler & Keller (2012) ที่เสนอว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer buying decision process) คือการอธิบายลำดับขั้นการตัดสินใจซื้อ โดยผู้บริโภคจะผ่านกระบวนการทั้งหมด 5 ขั้นตอน ทั้งนี้อาจจะข้ามหรือย้อนกลับในขั้นตอนก่อนหน้าก็ได้

2.2 ส่วนประสมการตลาดบริการ

Kotler (2009) ได้ให้นิยามแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ให้บริการซึ่งจะได้ส่วนประสมการตลาดบริการ หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2). ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็น กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นำเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอบริการ (Channels)

4) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

5) ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ซึ่งต้องอาศัยการคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้แตกต่างเหนือคู่แข่งขึ้นเป็นความ สัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการต่าง ๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีความสามารถ มีทัศนคติที่สามารถตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ มีความคิดริเริ่ม มีความสามารถในการแก้ไขปัญหา สามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร

6) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) เป็นการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า โดยพยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางด้ายกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพอ่อนโยน และการให้บริการที่รวดเร็ว หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ และ

7) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดสำหรับตลาดบริการ หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ซึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค โดยมีส่วนประสมการตลาดเป็นตัวสื่อสารข้อมูล ระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อที่มีศักยภาพเพื่อชักจูงทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อส่วนประสมการตลาด

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฐานพัทธ์ จันท์สุกร และ เกียรติชัย เวชฎาพันธ์ (2557) ได้ทำการศึกษากลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตปริมณฑล มีวัตถุประสงค์ (1) สสำรวจปัจจัยส่วนบุคคล กลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการ พฤติกรรมทางเลือกซื้อ และการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตปริมณฑล (2) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการเลือกซื้อ

บ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตปริมณฑล และ (3) วิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตปริมณฑล กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา จำนวน 400 ราย เป็นผู้ซื้อบ้านเดี่ยวในเขตปริมณฑล ที่มีระดับราคาขาย 3 ล้านบาทขึ้นไป ของบริษัทอสังหาริมทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์กลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ และการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอ้างอิงเพื่อทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ ไค-สแควร์ และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมผู้บริโภคให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากโดยให้ความสำคัญ ด้านราคามาก วัตถุประสงค์ในการซื้อบ้าน เป็นการแยกครอบครัว/แต่งงาน ราคายบ้านที่สนใจซื้อ คือ 3,000,000-3,500,000 บาท สถานที่ตั้งของโครงการสะดวกสบายในการเดินทาง มีระบบรักษาความปลอดภัย ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้ และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกซื้อบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วีณา ศรีเจริญ (2558) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในเขตจังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทำเลที่ตั้ง ภาพลักษณ์ตราสินค้า การออกแบบ เพื่อบ้าน สิ่งอำนวยความสะดวก เครื่องอำนวยความสะดวกออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในจังหวัดนนทบุรี ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ผู้ที่มีประสบการณ์ในการซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนนทบุรี จำนวน 280 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ผลการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร พบว่า ด้านทำเลที่ตั้ง ภาพลักษณ์ตราสินค้า การออกแบบ และสิ่งอำนวยความสะดวกส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจซื้อร้อยละ 85.70

นพคุณ เสียงประสิทธิ์ (2559) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในอำเภอละงู จังหวัดสตูล มีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจ ส่วนผสมทางการตลาด และเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภค ในเขตอำเภอละงู จังหวัดสตูล ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 140 ราย สถิติที่ใช้ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สถิติ ไค-สแควร์ (Chi-square) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation) ผลการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรสมีการศึกษาสูงการปริญญาตรีส่วนใหญ่ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ค่าขาย มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน และมีสมาชิกที่พักอาศัยร่วมกัน 1-3 คน มีความต้องการปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ในส่วนของการทดสอบความสัมพันธ์ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ จำนวนสมาชิกและปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับกระบวนการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในอำเภอละงู จังหวัดสตูล

สุธาร ศรีสุข (2559) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านแฝดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล 5 จังหวัด (นนทบุรี ปทุมธานี สมุทรปราการ สมุทรสาคร นครปฐม) เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเจ้าของบ้านพักอาศัยประเภท

บ้านแฝด และอยู่อาศัยมาไม่เกิน 1 ปี และ กลุ่มผู้ที่มีความต้องการกำลังจะตัดสินใจซื้อบ้าน กลุ่มละ 4 คน ตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหา โดยผู้เชี่ยวชาญ ผลการศึกษาพบว่า วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านของ กรณีศึกษาเป็นการแยกครอบครัว/แต่งงาน และต้องการเปลี่ยนที่อยู่ใหม่ ผู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคือ บุคคลในครอบครัว ระยะเวลาในการตัดสินใจซื้อ 12 เดือน ราคาบ้านที่สนใจมากที่สุดคือ 3,000,000 บาท – 3,500,000 บาท ขนาดที่ดินที่เลือกซื้อมากที่สุด 38-50 ตารางวา พื้นที่ใช้สอยที่เลือกมากที่สุดในส่วนของปัจจัย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านแฝด ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยทั้งหมด 7 ปัจจัย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัย ด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อบ้านแฝดในเขตกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑลใน

สุนิชา ทิพย์ไกรศร (2560) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อบ้านของ การเคหะแห่งชาติในเขตพญา ธานีศึกษา ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร จังหวัดชลบุรี เนินพลับหวาน จุดมุ่งหมายของการศึกษาคั้งนี้ คือ 1) ศึกษาการตัดสินใจซื้อบ้านของการเคหะแห่งชาติ 2) ศึกษาปัจจัย ส่วนผสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อบ้านของการเคหะแห่งชาติ 3) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับส่วนผสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อบ้านของการเคหะแห่งชาติในเขตพญา ธานี กลุ่ม ตัวอย่าง คือ ผู้อยู่อาศัยในโครงการเอื้ออาทร จังหวัดชลบุรี เนินพลับหวาน จำนวน 310 ครั้วเรือน ใช้วิธีการสุ่ม แบบมีระบบ (Systematic sampling) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบสมมุติฐาน ได้แก่ ไค-สแควร์ ผลการศึกษาพบว่า ระดับ ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อบ้านโครงการบ้านเอื้ออาทร เนินพลับหวาน โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อ พิจารณาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ปัจจัยด้านราคาอยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ปัจจัยด้านการจัด จำหน่าย ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการทดสอบสมมุติฐานเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อ พบว่า อายุ มีความสัมพันธ์กับการ ตัดสินใจซื้อ ด้านราคา อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิกในครอบครัว มี ความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ ด้านการจัดจำหน่าย ส่วนตัวแปร เพศ อายุระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ กับการตัดสินใจซื้อด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ผู้กำลังตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ คำนวณกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Cochran (1977) และสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling)

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 3 ส่วน 1) ปัจจัยด้านประชากรของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และ 3) ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร จำนวน 15 ข้อ รูปแบบคำถามเป็นแบบ Rating Scale มีทั้งหมด 5 ระดับ ที่ผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ จากผู้ซื้อบ้านจัดสรรแห่งหนึ่ง ในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ที่ไม่ใช่ตัวอย่าง จำนวน 30 ราย ซึ่งต้องมีค่า Alpha มากกว่า 0.7 (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543) (ผลการวิเคราะห์ที่ได้ค่า Cronbach's Alpha = .986)

3.3 สถิติที่ใช้ประกอบไปด้วย

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) t-test และ One-way ANOVA โดยวิธี LSD ที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติ 0.05
3. การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐมใช้ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

4. ผลการวิจัย

4.1. จำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 79.20 มีช่วงอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 55.25 อายุ 41 ปีขึ้นไป ร้อยละ 30.75 อายุ 20-30 ปี ร้อยละ 14.0 ระดับการศึกษาปริญญาตรีร้อยละ 74.25 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 24.25 สถานภาพโสด ร้อยละ 68.75 สมรส ร้อยละ 28.50 อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 54.75 พนักงานรัฐวิสาหกิจ / ราชการ ร้อยละ 24.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ร้อยละ 33.50 ช่วง 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 31.75

4.2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐมจังหวัดนครปฐม พบว่า โดยภาพรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D.= 0.90) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านราคามีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.85$) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.82$) ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 3.67$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.64$) ช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.58$) ด้านบุคคล ($\bar{X} = 3.33$) รองลงมาตามลำดับ ส่วนด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 3.15$) ตามลำดับ

4.3. ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐมจังหวัดนครปฐม พบว่า โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.44$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ (S.D.= 0.84) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการค้นหาข้อมูลมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 3.69$) รองลงมาคือ ด้านการรับรู้ปัญหา ($\bar{X} = 3.50$) ด้านการตัดสินใจซื้อ และ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ ($\bar{X} = 3.46$) และด้านการประเมินทางเลือก ($\bar{X} = 3.07$) มีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด

ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐมจังหวัดนครปฐม กับคุณลักษณะส่วนบุคคล

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐมจังหวัดนครปฐม กับคุณลักษณะส่วนบุคคล

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตจังหวัดนครปฐม	คุณลักษณะส่วนบุคคล					
	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	สถานภาพ	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
ด้านการรับรู้ปัญหา	0.579	4.061**	2.420	0.455	4.853**	1.146
ด้านการค้นหาข้อมูล	0.074	0.704	0.994	6.694**	4.036**	1.124
ด้านการประเมินทางเลือก	0.749	9.014**	0.675	0.774	5.857**	4.536**
ด้านการตัดสินใจซื้อ	0.163	12.847**	0.458	0.356	7.122**	0.428
ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ	0.638	4.591**	0.775	0.277	5.171**	2.475

** sig < 0.01 * sig < 0.05

จากตารางที่ 1 เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐมจังหวัดนครปฐม กับคุณลักษณะส่วนบุคคล เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือนพบว่า ได้รับผลมาจากความแตกต่างของอาชีพ มากที่สุด รองลงมาได้แก่ อายุ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ ทั้งนี้ยังพบว่าลักษณะส่วนบุคคล เพศ และระดับการศึกษา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรน้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม

ตารางที่ 2 การทดสอบภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ บ้านจัดสรรในเขตจังหวัด นครปฐม	ด้านผลิตภัณฑ์	ด้านราคา	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ด้านการส่งเสริมการตลาด	ด้านบุคคล	ด้านกระบวนการ	ด้านการสร้างและนำเสนอ	ลักษณะทางกายภาพ
ด้านผลิตภัณฑ์	1	0.513	0.405	0.633	0.624	0.409	0.654	
ด้านราคา		1	0.447	0.554	0.610	0.401	0.510	
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย			1	0.519	0.417	0.540	0.438	
ด้านการส่งเสริมการตลาด				1	0.648	0.367	0.749	
ด้านบุคคล					1	0.381	0.626	
ด้านกระบวนการ						1	0.464	
ด้านการสร้าง/นำเสนอลักษณะทางกายภาพ							1	

เนื่องจากตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐมจังหวัดนครปฐม เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ จึงต้องมีการตรวจสอบปัญหาภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุ (Multicollinearity) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ พบว่า ไม่พบว่าตัวแปรอิสระคู่ใด ที่มีค่าเดิน 0.80 ดังนั้นจึงไม่มีปัญหาภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุ สามารถใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Enter ได้ดังนี้

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม

การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรร ในเขตจังหวัดนครปฐม	B	SE.	Beta	t	Sig.
(Constant)	0.643	.082		7.854	0.000**
ด้านผลิตภัณฑ์	0.249	.046	0.298	5.405	0.000**
ด้านราคา	0.171	.042	0.199	4.084	0.000**
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.182	.047	0.214	3.907	0.000**
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.186	.054	0.221	3.461	0.001**
ด้านบุคคล	0.033	.039	0.042	0.855	0.393
ด้านกระบวนการ	0.034	.049	0.041	0.701	0.484
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	0.399	.032	0.493	12.467	0.000**

R = 0.889, R² = 0.791, Adjusted R² = 0.787 SEE = .391 F = 211.436

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม ได้แก่ ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ($\beta = 0.493$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\beta = 0.298$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\beta = 0.221$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\beta = 0.214$) และ ด้านราคา ($\beta = 0.199$) สามารถเขียนสมการได้ดังนี้

Y (การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม) = 0.643 + 0.399 (ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ) + 0.249 (ด้านผลิตภัณฑ์) + 0.186 (ด้านการส่งเสริมการตลาด) + 0.182 (ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย) + 0.171 (ด้านราคา) + 0.034 (ด้านกระบวนการ) + 0.033 (ด้านบุคคล)

สามารถพยากรณ์การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐมได้ร้อยละ 78.70

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐมจังหวัดนครปฐม ได้รับผลมาจากความแตกต่างของอาชีพ มากที่สุด รองลงมาได้แก่ อายุ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ ทั้งนี้ยังพบว่า ลักษณะส่วนบุคคล เพศ และระดับการศึกษา เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรน้อยที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรัชญาภรณ์ เพ็ญ (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดจันทบุรีภายใต้การปล่อยสินเชื่อบ้านของสถาบันการเงิน ที่พบว่า

เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และ รายได้ต่อเดือนต่างกันมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริลักษณ์ เพชรภา และ อิทธิกร ขำเดช (2557) ได้ทำการศึกษาศึกษาการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวบริเวณชานเมืองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลส่วนใหญ่ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ส่วนบุคคล รายได้ครัวเรือน สถานภาพสมรส และจำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวบริเวณชานเมืองในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม พบว่า ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ ด้านราคา สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชานนท์ เขยกลิ่น และ พัฒน์ พิสิษฐเกษม (2557) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดไอทีโอของประชาชนในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และด้านส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดไอทีโอของประชาชนในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ กัญจน์พัฒน์ ไธสงเงิน (2559) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย(ห้องชุด)ของบริษัทเอ็ม บี เค การ์menti จำกัด ของชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย พบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ อัตราดอกเบี้ยและค่าธรรมเนียม สถานที่ พนักงาน การส่งเสริมการตลาด และลักษณะทางด้านกายภาพ กระบวนการบริการ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิญวิชญ์ ศิริทัฬห (2561) ได้ทำการศึกษาศึกษาการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการเลือกทำเลที่ดินในการลงทุนพัฒนาโครงการ เนื่องด้วยปัจจุบันมีการขยายตัวกระจายออกไปสู่ชานเมืองมากขึ้น จึงเป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการ มองทำเลที่ดินในการทำโครงการ
2. ผู้ประกอบการควรมีการวางแผนกำหนดนโยบายเกี่ยวกับวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้าง การออกแบบตัวบ้าน ขนาดของบ้านที่เหมาะสม พื้นที่ใช้สอยและคุณภาพในการก่อสร้าง เพื่อกำหนดเป็นแนวทางปฏิบัติในการก่อสร้างบ้านที่ได้มาตรฐานแข็งแรง และสวยงาม
3. ผู้ประกอบการควรมีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายช่องทางมากขึ้น และควรทำการส่งเสริมการตลาด เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจซื้อโครงการบ้านจัดสรรมากขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม เช่น การสื่อสารการตลาด การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ซึ่งคาดว่าจะเป็นส่วนสำคัญและมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐม เป็นต้น
2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะผู้ที่ซื้อบ้านจัดสรรในเขตจังหวัดนครปฐมเท่านั้น ดังนั้นควรขยายขอบเขตด้านประชากรให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น อาทิเช่น ผู้ที่ซื้อบ้านจัดสรรทั่วประเทศเพื่อให้ได้ความแตกต่างทางด้านความคิด ค่านิยม และได้ผลการวิจัยที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น
3. ควรมีการวิจัยในเรื่องความต้องการ และเปรียบเทียบความต้องการที่อยู่อาศัยแต่ละประเภทแบบเฉพาะเจาะจง เช่น ให้สอดคล้องกับความต้องการด้านพื้นที่ทำเลที่ตั้ง เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด
4. ควรมีการวิจัยในเรื่องความพึงพอใจหลังการซื้อและงานบริการหลังการขายในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนารูปแบบโครงการ และสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

- กัญจน์พัฒน์ ไธสงเนิน. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย(ห้องชุด)ของบริษัทเอ็ม บี เค การ์ันตี จำกัด ของชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต. 6 (2). 482-495.
- ชนิตา เอี่ยมสะอาด. (2558). การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยประเภทคอนโดมิเนียมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. ในการประชุมวิชาการปัญญาภิวัฒน์ ครั้งที่ 5. นนทบุรี: สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์. : A182-A189.
- ชานนท์ เขยกลิ่น และ พัฒน์ พิสิษฐเกษม. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอนโดไอทีโอของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต. 4 (3). 274-286.
- ฐานพัทธ์ จันทร์สุกร และ เกียรติชัย เวชฎาพันธ์. (2557). กลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการ ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตปริมณฑล. วารสารวิชาการ,มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ มหาวิทยาลัยศิลปากร. 7 (2).267-278.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2561). วิเคราะห์แนวโน้มอสังหาริมทรัพย์. ฐานเศรษฐกิจออนไลน์.[ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2561 จาก www.thansettakij.com/content/255028
- ธัญวิษญ์ ศิริทัพ (2561).การตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต. 14 (1). 143-163.

- นพคุณ เลียงประสิทธิ์. (2559) .ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในอำเภอละงู จังหวัดสตูล. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารธุรกิจมหาวิทาลัยสงขลานครินทร์.
- ปรัชญาภรณ์ เพโร. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดจันทบุรีภายใต้การปล่อยสินเชื่อบ้านของสถาบันการเงิน.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.วิทาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์.** (พิมพ์ครั้งที่ 7) กรุงเทพมหานคร: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วีณา ศรีเจริญ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในเขตจังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริลักษณ์ เพชรภา และ อิทธิกร ขำเดช (2557) การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยประเภทบ้านเดี่ยวบริเวณชานเมืองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต. 4 (2). 465-478.
- สุธาร ศรีสุข. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านแฝดของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุนิชา ทิพย์ไกรสร. (2559).ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อบ้านของการเคหะแห่งชาติในเขตพัทธา กรณีศึกษา ผู้อยู่อาศัยในโครงการบ้านเอื้ออาทร จังหวัดชลบุรี เนินพลับหวาน. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Cochran, W.G. (1977). **Sampling Techniques.** (3rd ed.) New York: Wiley.
- Finch, C., Donaldson, A., Mahoney, M., & Otago, L. (2009). The safety policies and practices of community multi-purpose recreation facilities. **Safety Science**, 47 (10), 1346–1350.
- Kotler, P., Keller, K.L., (2009). **Marketing Management.** (13th ed.) Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K.L., (2012). **Marketing Management.** (14th ed.) Upper Saddle River, N.J. Prentice Hall.
- Lien, C. H., Wen, M. J., Huang, L. C., & Wu, K. L. (2015). Online hotel booking: The effects of brand image, price, trust and value on purchase intentions. **Asia Pacific Management Review**, 1 (1), 1-9.
- Solomon, M.R. (2012). **Consumer Behavior: Buying, Having and Being.** (8th ed.) New Jersey: Prentice Hall.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2010). **Consumer Behavior.** (10th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

การศึกษาแนวทางการประเมินประสิทธิภาพและการลดต้นทุนในงานขนส่งสินค้า
บริษัท โทเทิล โลจิสติกส์ โซลูชั่น จำกัด

The study assessed the efficiency and reduce the cost of transportation
of goods Total Logistics Solution Co.,Ltd.

จัตตรงค์ เพลินหัด¹ และชัยฤทธิ์ ทองรอด²

(Jatturong Ploenhad and Chairit Thongrawd)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการประเมินประสิทธิภาพและการลดต้นทุนในงานขนส่งสินค้า บริษัท โทเทิล โลจิสติกส์ โซลูชั่น จำกัด ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินประสิทธิภาพในเรื่องงานขนส่งสินค้า และ 2) ศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาจากผลกระทบของราคาน้ำมัน การปรับปรุงกลยุทธ์สำหรับการปฏิบัติการในการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท โทเทิล โลจิสติกส์ โซลูชั่น จำกัด เป็นการศึกษาถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อผลประกอบการของกิจการ อันเนื่องมาจากมาตรการลดราคาน้ำมัน ซึ่งได้ทำการเก็บข้อมูลผลประกอบการในช่วงปี พุทธศักราช 2558-2559 โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารของบริษัทจำนวน 5 ราย และสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้องบางส่วนของบริษัท

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินประสิทธิภาพในเรื่องงานขนส่งสินค้า สร้างผลกระทบสามารถแบ่งได้เป็น 2 ด้าน คือ ผลกระทบต่อต้นทุนรวม และผลกระทบต่อกำไรเมื่อราคาน้ำมันเพิ่มขึ้น ทำให้ต้นทุนรวมเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อเนื่องให้กำไรลดลงตามลำดับ รองลงมาสาเหตุการลดลงของกำไร เกิดจากกำลังซื้อของผู้บริโภคลดลง อันเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมัน ส่วนต้นทุนรวมของการเดินรถบรรทุก ซึ่งได้แยกพิจารณาต้นทุนออกเป็นสองส่วน ได้แก่ ต้นทุนผันแปรเช่นการใช้ น้ำมัน เบี้ยเลี้ยง ค่าล่วงเวลา ค่าบำรุงรักษา โบนัส และต้นทุนคงที่เช่นเงินเดือน ค่าจ้าง 2) สำหรับแนวทางในการแก้ไขปัญหาจากผลกระทบของราคาน้ำมันที่สูงขึ้นนั้นจะพิจารณาในลักษณะที่เป็นการลดค่าใช้จ่าย ซึ่งจะเป็นผลทำให้กำไรเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ในการเพิ่มกำไรอาจทำได้สองลักษณะ คือ เพิ่มยอดขาย หรือเพิ่มราคาค่าบรรทุก ส่วนการลดค่าใช้จ่าย จะใช้ผู้รับเหมาช่วง และหรือลดต้นทุนโดยเปลี่ยนมาใช้ก๊าซ NGV นอกจากนี้ยังมีการแก้ปัญหาในลักษณะที่เป็นการแก้ปัญหาเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ การสร้างเครือข่ายพันธมิตร

คำสำคัญ : การประเมินประสิทธิภาพ การลดต้นทุน ขนส่งสินค้า

¹หัวหน้าสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 73170

Head of Logistics Management program, College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University. 73170

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา 73170

Asst.Prof.Dr., College of Logistics and Supply Chain, Suan Sunandha Rajabhat University. 73170

Corresponding Author: jatturong.pl@ssru.ac.th

ABSTRACT

The study assessed the efficiency and reduce the cost of transportation of goods of Total Logistics Solution Co.,Ltd. Intended for 1) to study the factors affecting the performance of the transportation of goods 2) to study the issue of the impact of oil prices. Has improved strategies for operating in the transportation case study company's comprehensive logistics solutions Limited is a study of the impact caused the turnover. Company Due to buoyant oil measures. The data collected during the year 2015-2016 earnings by using in-depth interviews with executives of the Company 5 person and information relating to some of the Company.

The research found that the impact can be divided into two areas: 1) the factors affecting the performance of the transportation of goods have impact on the total cost. And the impact on profits when oil prices rise. Total costs increased As a result, the profit decline, respectively. The second reason for the decline in earnings. The purchasing power of consumers is reduced. As a result of the increase in oil prices. The total cost of bus transportation. Considering the cost, which had split into two parts: variable costs such as fuel, overtime, allowances, bonuses and maintenance of fixed costs such as salaries, wages and benefits. 2) For guidance on the issue of the impact of higher oil prices are determined in a manner that reduces costs. This will result in increased profits as a result. The increase in profit can be done in two ways: increased sales or increased cost carriers. The lower costs It uses subcontractors And reduce costs by switching to the NGV is also the solution in a way that is strategic solutions include partnerships.

Keywords: Performance evaluation, cost, transport goods

Article history:

Received 5 June 2019

Revised 10 September 2019

Accepted 17 September 2019

SIMILARITY INDEX = 2.85 %

1. บทนำ

ในปัจจุบันสภาพการแข่งขันทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก ธุรกิจในยุคนี้อาจไม่สามารถใช้การประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ที่เน้นการผลิตเป็นจำนวนมากได้อีกต่อไป โดยเฉพาะรูปแบบระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่ แต่จำเป็นต้องแข่งขันกันด้วยความเร็วในการส่งมอบสินค้า (Economy of Speed) และตอบสนองความต้องการให้กับผู้บริโภคหรือลูกค้า เนื่องจากความต้องการของลูกค้าเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ในขณะที่ผู้ประกอบการมุ่งเน้นแสวงหากำไรสูงสุด (Maximize Profit) ต้นทุนการผลิตที่ต่ำ (Minimum Cost) ผลิตในปริมาณที่เหมาะสม (Optimal Solution) และทันเวลาตามความต้องการของลูกค้า (Just in Time)

ธุรกิจทั่วโลกในปัจจุบันมีการตื่นตัวและตอบรับกับการนำแนวคิดการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งเป็นการบริหารความสัมพันธ์ของธุรกิจที่อยู่ต้นน้ำและปลายน้ำของระบบการผลิต โดยเน้นที่จะสร้างการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินงานธุรกิจให้สามารถแข่งขันกับผู้อื่นได้และสร้างระบบที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วด้วยต้นทุนที่ต่ำ ดังนั้นการจัดการด้านโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานจึงเป็นอีกกลยุทธ์หนึ่งที่องค์กรธุรกิจควรเร่งศึกษาทำความเข้าใจเพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาโลจิสติกส์ในช่วงปี พ.ศ. 2560 – 2564 (2560) ได้ถูกนำมาปรับปรุงให้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 5 ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) ในเรื่องของการสร้างความเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และสังคมที่เริ่มมีการพัฒนาในเรื่องของความเชื่อมโยงด้านขนส่ง และระบบโลจิสติกส์ภายใต้ความร่วมมืออนุภูมิภาคต่างๆ เพื่อสร้างความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนด้วยการปรับปรุงและพัฒนากรอบยุทธศาสตร์พัฒนาระบบโลจิสติกส์แห่งชาติ โดยแผนฉบับนี้ได้ถูกปรับปรุงแก้ไขและเพิ่มเติมไปบางยุทธศาสตร์ จากแผนเดิมทำให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ซึ่งประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ คือ 1) พัฒนาระบบโลจิสติกส์ภาคการผลิตควรพัฒนาเป็นกลุ่มคลัสเตอร์ตามพื้นที่และประเภทสินค้า 2) เพิ่มประสิทธิภาพการเชื่อมโยงระบบขนส่งสินค้าทั้งระบบรางทางน้ำและทางถนน 3) การพัฒนาธุรกิจให้ครอบคลุมระดับมหภาคที่มีความเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดและขยายสู่ภูมิภาคสำคัญ รวมถึงพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจบริหารให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันมากขึ้นเพื่อเตรียมพร้อมเข้าสู่ประชาคมอาเซียน 4) การใช้ประโยชน์ของเส้นทางเชื่อมโยงโลจิสติกส์ประเทศเพื่อนบ้านและบูรณาการหน่วยงานที่กำกับดูแลการค้าชายแดน 5) พัฒนาโครงข่ายข้อมูลสารสนเทศโลจิสติกส์ ซึ่งถือว่าเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ทำให้เกิดการบูรณาการข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน และ 6) พัฒนากำลังคนด้านโลจิสติกส์ และต่อยอดเชิงคุณภาพผลิตบัณฑิต เพื่อปรับคุณภาพวิชาชีพให้ตรงความต้องการของผู้ประกอบการและมีความสอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจประเทศในอนาคต

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาแนวทางการประเมินประสิทธิภาพและการลดต้นทุนในงานขนส่งสินค้าของ บริษัท โทเทิล โลจิสติกส์ โซลูชั่น จำกัด ที่ต้องให้ความสนใจในการพิจารณาเลือกกิจกรรมของระบบโลจิสติกส์อย่างรอบคอบ นั้นเป็นเพราะผลที่ได้รับจะส่งผลกระทบต่อองค์กรในด้านการเพิ่มรายได้จากการให้บริการ และการลดต้นทุนในการขนส่งและส่งผลให้บริษัทดังกล่าวอยู่รอดได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการประเมินประสิทธิภาพในเรื่องงานขนส่งสินค้า
2. ศึกษาแนวทางในการแก้ไขปัญหาจากผลกระทบของราคาน้ำมัน การปรับปรุงกลยุทธ์สำหรับการปฏิบัติการในการขนส่ง กรณีศึกษา บริษัท โทเทิล โลจิสติกส์ โซลูชั่น จำกัด

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยโดยส่วนใหญ่ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาระบบต้นทุนในองค์กร หรืออุตสาหกรรมต่าง ๆ นั้นพบว่าการคำนวณต้นทุนฐานกิจกรรมได้รับความนิยม และเป็นที่ยอมรับเป็นอย่างมาก สำหรับนำมาประยุกต์ใช้กับการบริหารต้นทุน เพื่อศึกษาต้นทุนที่แท้จริงที่เกิดขึ้น ที่จะนำไปสู่แนวทางในการลดต้นทุน หรือเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในองค์กรก็ตาม ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำเสนองานวิจัยด้านการประยุกต์ใช้ต้นทุนกิจกรรม ในองค์กรด้านการผลิต การกระจายสินค้า รวมถึงการบริหารในกระบวนการโลจิสติกส์โดยรวม

2.1. การจัดการโลจิสติกส์

The Council of Logistics Management (1991) นิยามการจัดการโลจิสติกส์ไว้ดังนี้ “กระบวนการในการวางแผน ดำเนินการ และควบคุมประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการไหล การจัดเก็บ วัสดุดิบ สินค้าคงคลังในกระบวนการ สินค้าสำเร็จรูป และสารสนเทศที่เกี่ยวข้องจากจุดเริ่มต้นยังจุดที่มีการใช้งาน โดยมีเป้าหมายเพื่อสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ” โดยโลจิสติกส์ เป็นกิจกรรมในการเพิ่มอรรถประโยชน์ทางด้านเวลาและสถานที่ โดยให้มีการนำสินค้าที่ถูกค้าต้องการเพื่อบริโภคหรือเพื่อการผลิตไปยังสถานที่ที่ต้องการในเวลาที่ต้องการ ในสภาพที่ต้องการ และในต้นทุนที่ต้องการ ซึ่งได้กลายเป็นกิจกรรมสำคัญในด้านการสนับสนุนการขายเสมือนหนึ่งเป็นสินค้าและบริการด้วย แสดงกระบวนการสำคัญที่เกิดขึ้นในระบบโลจิสติกส์ สรุปแล้ว การจัดการโลจิสติกส์ คือ กระบวนการจัดการและกระบวนการ สารสนเทศที่ทำหน้าที่เป็นเสมือนแกนกลางในการแสวงหาแหล่งของวัสดุดิบและบริการ การจัดหา การเก็บสินค้าเข้าคลัง และการจัดส่งผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องไปยังสถานที่ที่ต้องการในเวลาที่เหมาะสม โดยมีการเก็บสินค้าคงคลัง การสิ้นเปลืองเวลา ค่าใช้จ่าย ความเพียรพยายาม และเงินทุนน้อยที่สุดเพื่อที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2 โลจิสติกส์เชิงโซ่อุปทาน (Supply Chain Logistics Management)

ธุรกิจโลจิสติกส์เริ่มต้นการพัฒนามาจากการจัดส่งสินค้าเป็นหลัก ต่อมาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้าได้แตกย่อยออกมาเป็นบริการจัดการคลังสินค้า บริการกระจายสินค้า บริการบรรทุกสินค้าและการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ และในระยะเวลาต่อมาธุรกิจ โลจิสติกส์ได้ผนวกขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production) เข้ามารวมด้วย เช่น การจัดหาวัตถุดิบ และการสต็อกสินค้า (วิทยา สุหฤตดำรง, 2546)

2.3 การจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management)

Hong Kong Article Numbering Association HKANA. (1999) ได้ให้แนวความคิดเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management หรือ SCM) ได้มีการพัฒนาขึ้นมานานกว่า 10 ปีแล้ว เพราะองค์กรต่าง ๆ ได้ตระหนักว่า การมุ่งเน้นจุดสนใจไปที่กระบวนการสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียวเป็นสิ่งที่ไม่เพียงพอ ต้องมีการประสานรวมกันภายในระหว่างบริษัทต่าง ๆ ตั้งแต่ซัพพลายเออร์ถึงลูกค้า เพื่อโอกาสสูงสุดในการพัฒนาการให้บริการและลดค่าใช้จ่ายรวมของทั้งองค์กร การจัดการห่วงโซ่อุปทาน คือ กลยุทธ์ทางธุรกิจของการร่วมมือกัน ซึ่งพันธมิตรหรือหุ้นส่วนทางการค้าในห่วงโซ่อุปทานร่วมกันสร้างพันธกิจในการทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ลูกค้ามากขึ้นด้วย ต้นทุน ค่าใช้จ่าย และเวลาที่ต่ำที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ในห่วงโซ่อุปทาน”

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เกวลี หริจันทร์วงศ์ (2551) กรณีศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้รถขนส่งของบริษัท ABC เป็นการศึกษาเพื่อ วิเคราะห์ประสิทธิภาพแท้จริงในการบริหารจัดการใช้รถขนส่งของบริษัท และศึกษาแนวทางต่างๆในการบริหารจัดการเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้รถขนส่ง รวมทั้งพัฒนาวิธีการลดจุดบกพร่อง เพิ่มประสิทธิภาพ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้าง มาตรฐานในการบริหารจัดการและลดต้นทุนค่าขนส่ง ผลการศึกษางานวิจัยนี้พบว่าเดิมบริษัทไม่มีการวัดความสามารถในการ บรรทุกสินค้าและรถขนส่งแต่ละคันถึงแม้จะเป็นรถประเภทเดียวกัน แต่มีความสามารถในการบรรทุกที่แตกต่างกัน เนื่องจาก ความกว้าง ยาว สูง แตกต่างกันไปตามยี่ห้อหรือการปรับสภาพรถ ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานในการดำเนินงานของพนักงาน และเพิ่มความสามารถในการใช้ทรัพยากรของบริษัท จึงให้มีการระบุขนาดความกว้าง ยาว สูง และปริมาตรของรถ ขนส่งแต่ละคันเพื่อนำมาใช้ในการสร้างมาตรฐานการบรรทุกในการทดลองปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้รถขนส่งในการบรรทุก สินค้า นั้น บริษัทได้ทำการเลือกเส้นทางของการขนส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภูมิภาคตัวอย่างเนื่องจากภูมิภาคดังกล่าวนี้มี ยอดขายสูง และมีความถี่ในการสั่งซื้อที่ค่อนข้างมาก ทั้งลูกค้ารายใหญ่และรายย่อย อัตราการใช้รถขนส่งของบริษัทเน้นไปที่ การใช้รถ 4 ล้อเป็นหลัก และมีการยืดหยุ่นในด้านเวลาขนส่งสินค้า จากการบริหารจัดการเพื่อรวมออเดอร์ พบว่าจะสามารถลด จำนวนเที่ยวในการขนส่งสินค้า โดยจากเดิมขนส่งทั้งหมด 327 เที่ยว สามารถปรับลดลงได้เหลือเพียง 213 เที่ยว เท่านั้น นอกจากนี้ยังลดการใช้รถขนส่งขนาดเล็ก และเพิ่มการใช้รถขนส่งขนาดใหญ่ โดยสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายจาก 826.235 บาท เหลือ 744,516 บาทได้

ประสาร ทองไม้ (2551) ได้ทำการศึกษาแนวทางการลดต้นทุนการขนส่งมันฝรั่งสดในระบบโลจิสติกส์ของ บริษัทผู้ผลิตขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งทอดกรอบการค้นคว้าอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางการลดต้นทุนการขนส่งมันฝรั่งสดในระบบโลจิสติกส์ของ บริษัทผู้ผลิตขนมขบเคี้ยวมันฝรั่งทอดกรอบ โดยใช้แนวคิดการจัดการระบบงานและต้นทุนการขนส่ง มันฝรั่งสด แนวคิดบริหารสินค้าคงคลังในระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน และแนวคิดเกี่ยวกับทฤษฎีการผลิตและการเพิ่ม ผลผลิต ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งมันฝรั่งสดในระบบโลจิสติกส์ ได้แก่ ผู้บริหาร และพนักงานที่เกี่ยวข้องจำนวน

12 คน รวมถึงข้อมูลจากงบการเงินและเอกสารรายงานต่างๆ ของบริษัทผลการศึกษาพบว่า การนำระบบการขนส่งและระบบโลจิสติกส์แบบใหม่มาใช้ในบริษัท ทำให้ทางบริษัทสามารถทราบต้นทุนทั้งหมด เท่ากับ 892,240,000 บาท จากต้นทุนแบบเดิมเท่ากับ 1,111,094,000 บาท สามารถลดต้นทุนหรือมีกำไรโดยรวมเพิ่มขึ้นเท่ากับ 218,854,000 บาทหรือเท่ากับ 3,979.16 บาทต่อตัน คิดเป็นร้อยละ 19.70 ของต้นทุนการขนส่งแบบเดิม ประกอบด้วย การจัดซื้อจัดส่งหัวพันธุ์มันฝรั่งสด ทางบริษัทสามารถลดต้นทุนหรือมีกำไรเพิ่มเท่ากับ 16,785,250 บาท หรือเท่ากับ 305.19 บาทต่อตัน ประกอบด้วย ค่าหัวพันธุ์มันฝรั่งสด เท่ากับ 5,000,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.57 ค่าจ้างแรงงาน เท่ากับ 330,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.67 ค่าเช่าห้องเย็น เท่ากับ 8,746,500 บาท คิดเป็นร้อยละ 100 และค่าขนส่ง เท่ากับ 2,708,750 บาทคิด เป็นร้อยละ 52.25

ณัฐดนัย สุวรรณบัตร (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าเหล็กแผ่นรีดร้อนชนิดม้วน กรณีศึกษาบริษัทผู้ให้บริการขนส่งแห่งหนึ่ง การขนส่งเหล็กแผ่นรีดร้อนชนิดม้วนเพื่อมาใช้ในการผลิตอุตสาหกรรมยานยนต์ ส่วนใหญ่จะนำเข้าจากต่างประเทศเป็นหลักโดยผ่านทางเรือ และวัตถุดิบดังกล่าวยังมีขนาดใหญ่ และมีน้ำหนักมากการ เคลื่อนย้ายในแต่ละกระบวนการจะต้องอาศัยเครื่องมือ และเทคนิคพิเศษเฉพาะทางแต่ก็ยังคงเกิดปัญหาเรื่องความล่าช้าใน กระบวนการกระจายวัตถุดิบไปยังแหล่งผลิตต่าง ๆ การเพิ่มประสิทธิภาพโดยใช้แนวคิด 6W1H และ ECRS เพื่อทำการแก้ไข ปัญหา ปรับปรุง และพัฒนาในขั้นตอนเดียว โดยอิงทรัพยากรเดิมที่มีอยู่ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ และเป็นการยืนยันให้เห็น ชัดเจนว่าการปรับปรุงตามหลักแนวคิดข้างต้นเพิ่มประสิทธิภาพได้จริง จึงได้นำแบบจำลอง Program Arena Simulation ซึ่งเป็นโปรแกรมจำลองสถานะโดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์มาเพื่อเป็นตัววัดประสิทธิภาพก่อนและหลังการปรับปรุง และเลือกวิธีการ ที่ดีที่สุด โดยที่ยังไม่ต้องลงมือปฏิบัติในโลกแห่งความจริงซึ่งจำเป็นจะต้องใช้เวลานานและทรัพยากรมากในการดำเนินการ หรือ อาจจำเป็นจะต้องหยุดการปฏิบัติงานในส่วนงานต่าง ๆ

Feigenbaum (2007) ได้ชี้ให้เห็นว่า การมีคุณภาพสามารถช่วยลดต้นทุนได้ โดยการออกแบบระบบการผลิตที่ป้องกันการเกิดขึ้นของสิ่งที่ไม่เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตและจัดส่งได้โดยง่าย รวมถึงการจัดอบรมพนักงานให้เข้าใจถึงกระบวนการทำงานและข้อจำกัดต่าง ๆ ซึ่งวิธีการต่าง ๆ เหล่านี้สามารถจัดเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพื่อการป้องกันไม่ให้ความไม่มีคุณภาพเกิดขึ้น (Prevention Cost) โดยผลที่ได้จาก Prevention Cost คือ การลดลงของค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการตรวจสอบ (Inspection) และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเมื่อสินค้าเสียหาย (Failure) เช่น Scrap, Rework, Downgrading หรือ Lost Sales จึงสามารถสรุปได้ว่า ต้นทุนไม่จำเป็นต้องเพิ่มขึ้น เมื่อต้องการพัฒนาคุณภาพในทางตรงกันข้าม ต้นทุนจะลดลงเมื่อคุณภาพดีขึ้น ลองคิดดูง่าย ๆ ถ้าผลิตแล้วเป็นไปตามคุณภาพตั้งแต่ครั้งแรก ย่อมจะมีต้นทุนที่ต่ำกว่าการผลิตที่มีการแก้ไขเพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การทำวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการประเมินประสิทธิภาพและการลดต้นทุนในงานขนส่งสินค้า บริษัท โทเทิล โลจิสติกส์ โซลูชั่น จำกัด โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ทราบถึงต้นทุนในกระบวนการกระจายสินค้า รวมทั้งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อต้นทุนและลักษณะการดำเนินการเหล่านั้น เพื่อเป็นแนวทางในการนำมา

ปรับปรุงการบริหารภายในองค์กร โดยกำหนดขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

1. ศึกษาภาพรวมของกระบวนการบริหารโลจิสติกส์
2. สัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง
3. การวิเคราะห์กิจกรรม
4. วิเคราะห์เปรียบเทียบผลที่ได้รับจากการศึกษา
5. สรุปผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

รูปแบบที่ใช้ในการวิจัย ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสอบถามบุคลากรจำนวน 5 ท่านทั้งกรรมการผู้จัดการ และผู้ปฏิบัติงานในแผนกขนส่งสินค้าของบริษัท โทเทิล โลจิสติกส์ โซลูชั่น จำกัด รวมถึงการสังเกตจากการทำงานและมีการนำเสนอในรูปแบบของการวิจัยในลักษณะ ให้ความสำคัญของการวิจัยเชิงพรรณนา

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการศึกษารายละเอียดถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลกระทบจากการขนส่งสินค้าและแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกขนส่งสินค้า ซึ่งในการดำเนินการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ถึงข้อมูลที่เกิดขึ้นต้นเหตุของการขนส่งสินค้า ผู้วิจัยได้นำข้อมูลต้นเหตุของการขนส่งสินค้ามาศึกษาหาปัจจัยอะไรบางอย่างที่ส่งผลกระทบต่อผลกระทบต่อการขนส่งสินค้า ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์ จากผู้ที่มีประสบการณ์ตรงจากบุคลากรในแผนกขนส่งสินค้า ซึ่งจะได้ข้อมูลที่เป็นจริงและถูกต้องทำให้มีความน่าเชื่อถือ นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสังเกตถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อผลกระทบต่อการขนส่งสินค้าเพิ่มเติม

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษารายละเอียดถึงผลกระทบต่อผลกระทบจากการขนส่งสินค้าและแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพของแผนกขนส่งสินค้า โดยการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การอ้างอิงเอกสารทางวิชาการ และนิตยสารการขนส่ง-โลจิสติกส์ เว็บไซต์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง

4. ผลการวิจัย

ผลการสัมภาษณ์ผู้บริหารโดยสรุป ทั้ง 5 ราย มีความเห็นในแนวทางเดียวกันเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการขนส่งนั้น ต้องมีการลงทุนในศูนย์กระจายสินค้า การวางแผนเส้นทางการขนส่งให้เหมาะสม และมีสินค้าบรรทุกากกลับมาให้มากขึ้น อีกทั้งยังต้องจัดรถบรรทุกให้เหมาะสมกับตัวสินค้าด้วย เพื่อให้สอดคล้องและเหมาะสมกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน และหากเกิดมีการลงทุนในธุรกิจการขนส่ง ทั้ง 5 ราย สรุปว่าในภาวะปัจจุบันนี้ต้องมีการลดต้นทุนทั้งกระบวนการ อาทิ ต้นทุนการผลิต การจัดเก็บ, การขนส่งรวมถึงการจัดกระจายตัวสินค้า เพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงราคาน้ำมัน, อัตราดอกเบี้ยของการจัดเก็บ รวมถึงต้นทุนของอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องจักรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ประกอบอยู่ ดังนั้นการลดต้นทุนให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นต้องใช้ 3PL ในบางส่วน หรือทั้งหมดถ้าผลที่ออกมาสามารถลดต้นทุนให้กับธุรกิจนั้น ๆ ได้

1. การบริการลูกค้า; เป็นการบริการเชื่อมระหว่างการตลาดและขบวนการโลจิสติกส์

1.1 สร้าง/ รักษาไว้ซึ่งความพึงพอใจ ตามความต้องการของลูกค้าอยู่ตลอดเวลา

1.2 ประสานความเข้าใจทุกขบวนการของโลจิสติกส์ ของบริษัทฯ ให้กับลูกค้า ตามความต้องการ เพื่อนำมาซึ่งความประทับใจตลอดไป

2. Customer Service Team (เพื่อติดตามการให้บริการลูกค้า ใน กรณีสินค้าอาจคลาดเคลื่อนลำช้าอื่น ๆ หรือตอบคำถาม ข้อสงสัย โดยพนักงานบริการลูกค้า)

2.1 Control Delivery Delay

2.2 Asked Questions

3. พนักงานด้านการบริการลูกค้า ก่อนที่จะปฏิบัติงานจริง ฝ่ายที่เกี่ยวข้องควรเน้นงานด้านอบรมการบริการลูกค้า ว่าเป็นหัวใจสำคัญยิ่งต่อธุรกิจของบริษัทฯ และควรเสริมข้อมูลพื้นฐานในงานบริการซึ่งพหลายเช่นของบริษัท เพื่อสามารถให้ข้อมูลลูกค้าได้พอสมควร โดยเฉพาะลูกค้าใหม่

แนวทางการแก้ไขปัญหา

สำหรับแนวทางในการแก้ไขปัญหาจากผลกระทบของราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้นนั้น จะพิจารณาในลักษณะเป็นการเพิ่มรายได้และลดค่าใช้จ่าย ซึ่งจะเป็นผลทำให้กำไรเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ในการเพิ่มรายได้อาจทำได้ 2 ลักษณะ คือ เพิ่มยอดขาย หรือ เพิ่มราคา ส่วนการลดค่าใช้จ่ายอาจทำได้โดยลดค่าใช้จ่ายภายในองค์กร และ/ หรือ ใช้ผู้รับเหมาช่วง ลดต้นทุนโดยเปลี่ยนมาใช้ก๊าซ NGV แทนน้ำมันดีเซล เป็นต้น อย่างไรก็ตามยังมีทางเลือกในลักษณะที่เป็นการแก้ปัญหาเชิงกลยุทธ์ ได้แก่ การสร้างเครือข่ายพันธมิตร โดยจัดตั้งบริษัทศูนย์กลางการขนส่ง เพื่อเพิ่มความสามารถในการรับงานได้มากขึ้น ตลอดจนทำให้บริหารรถได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยไม่ต้องวิ่งรถเที่ยวเปล่า เป็นต้น

1.แนวทางการจัดการสำหรับรถวิ่งเที่ยวเปล่า ส่วนใหญ่ได้มีแนวทางในการวางแผนการกระจายสินค้า และรับสินค้าเที่ยวกลับตั้งเป้าหมายเมื่อเปรียบเทียบกับยอดขาย ความเป็นไปได้ประมาณร้อยละ 10

2.แนวคิดในการจัดการสินค้าเที่ยวกลับ จะทำการทางการตลาดกับร้านค้าปลายทางทุกร้านที่ทำการจัดส่งโดยการฝากข้อมูลในการให้บริการสินค้าเที่ยวกลับกับร้านค้าในราคาพิเศษและพร้อมบริการที่มีคุณภาพ เหมือนกับสินค้าเที่ยวแรกที่จัดส่งให้ เพราะสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าจะเป็นตลาดในแง่ของการค้าส่งมากกว่าค้าปลีก

3.แนวคิดในการที่จะเพิ่มสินค้าเที่ยวกลับในทางปฏิบัติสามารถทำได้ถ้าการทำตลาดในส่วนของร้านค้าปลายทางมีการตอบรับและมีสินค้าทุกครั้งในเที่ยวกลับไม่จำเป็นต้องเต็มคันเสมอไปในปัจจุบันจะแข่งขันกันในเรื่องของการบริการถ้าฝากส่งเที่ยวกลับจะมีปัญหาลูกค้าได้รับสินค้าหรือเปล่า สิ่งแรกต้องทำให้ร้านค้าไว้วางใจก่อน เพราะการทำเที่ยวกลับร้านค้าไม่ได้ทำสัญญาการขนส่งอาศัยความเชื่อใจกันมากกว่า

การเปลี่ยนมาใช้ก๊าซ NGV

จากการพิจารณาเปรียบเทียบพลังงานทดแทนระหว่าง NGV Gasohol และ Biodiesel พบว่า NGV มีความเหมาะสมมากที่สุด ซึ่งจากการพิจารณาเปรียบเทียบพบว่า NGV มีจุดเด่นในแง่ที่ใช้แทนน้ำมันได้ 100%

สามารถแทนได้ทั้งน้ำมันเบนซินและน้ำมันดีเซล มีแหล่งที่สามารถจัดหาได้ทั้งในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน ราคาดีเสถียรภาพและมีความมั่นคงกว่าน้ำมัน โดยรัฐไม่ต้องชดเชย (ชัยฤทธิ์ ทองรอด, 2554)

การใช้ผู้รับเหมาช่วง

ปัจจุบันพบว่าบริษัทจำนวนมากได้มีการทำ Outsourcing หรือ ทำ Subcontract (รับเหมาช่วง) ซึ่งทำให้สามารถประหยัดต้นทุน และทำให้สามารถมุ่งความสนใจไปยังกิจกรรมหลักที่สำคัญของธุรกิจ ดังนั้น การใช้ผู้รับเหมาช่วงจะทำให้บริษัทสามารถประหยัดได้จาก ประการที่หนึ่ง ค่าใช้จ่ายในการเดินรถลดลงร้อยละ 20 ประการที่สอง ลดต้นทุนในเส้นทางที่ไม่มีสินค้าเที่ยวกลับ อย่างไรก็ตาม ควรใช้รถของบริษัทบ้างในสัดส่วน รถร่วม: รถบริษัท เท่ากับ 70: 30 เพื่อเป็นการสร้างอำนาจต่อรองและเพื่อเป็นการรองรับลูกค้าบางกลุ่มที่ต้องการงานที่มีคุณภาพสูง ซึ่งจากฐานข้อมูลของกลุ่มลูกค้าในปัจจุบันพบว่าจำนวนลูกค้าที่จำเป็นต้องใช้รถบริษัทมีอยู่ประมาณ 30 เปอร์เซ็นต์ ในการใช้ผู้รับเหมาช่วงจะต้องทำการคัดเลือกรถที่มีคุณภาพ ทั้งในด้านสภาพรถ มาตรฐานของคนขับรถ รวมทั้งเรื่องการให้บริการกับลูกค้า อาจจะต้องจัดกลุ่มงานและกลุ่มผู้รับเหมาช่วงให้สอดคล้องกัน โดยลักษณะงานที่ต้องการคุณภาพ ก็ควรใช้ผู้รับเหมาช่วงที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสมซึ่งจะสูงกว่าราคาจ้างเหมาโดยทั่วไป

ดังนั้นการที่จะมีผู้รับเหมาช่วงที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ต้องสร้างเครือข่ายพันธมิตรให้มีจำนวนมากไว้ก่อน โดยจะเป็นการรวมกลุ่มเพื่อเสริมเส้นทางหรือบริการให้ครอบคลุมได้ตามที่ลูกค้าต้องการ หรือสามารถบริการได้ตลอดทั่วประเทศ จะมีการจัดตั้งทีมงานหรือบริษัทกลางขึ้นมาเพื่อเป็นตัวแทนของเครือข่ายในการเข้าประมูลงานหรือติดต่อลูกค้า และคอยเป็นตัวกลางบริหาร หรือประสานให้เครือข่ายทำงานเชื่อมโยงกัน

สรุปแนวความคิดของผู้วิจัย (ผู้รับบริการขนส่งสินค้ากรณีศึกษา) เห็นว่าการแบ่งสัดส่วน รถบริษัท: รถร่วม 50: 50 จะมีประสิทธิภาพมากกว่า สัดส่วนรถบริษัท: รถร่วมที่เป็น 70: 30 มองภาพรวมถ้ามีการบริการที่ไม่มีคุณภาพและมาตรฐานในกรณี 70% ก็ส่งผลกระทบต่อต้นทุนการดำเนินการอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

ปัจจัยพิจารณาการประเมินผลการปฏิบัติงานการกระจายสินค้า

-ระยะเวลาและความรวดเร็วในการกระจายสินค้าเราอาจพิจารณาเปรียบเทียบกับแผนดำเนินงานในส่วนอื่น ๆ

-ปริมาณการขนส่ง พิจารณาได้จากการส่งมอบได้ครบถ้วนตามปริมาณความต้องการที่เกิดขึ้นในแหล่งต่าง ๆ ที่เราต้องกระจายสินค้าไปให้

-ต้นทุนการปฏิบัติงานเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณา เราพิจารณาในหลาย ๆ แง่มุม เช่น การพิจารณาต้นทุนการกระจายสินค้าแบ่งแยกตามกลุ่มสินค้า แบ่งแยกตามประเภทช่องทางการกระจายสินค้า หรือตามประเภทพาหนะขนส่ง

-ความครอบคลุมในด้านช่องทางการกระจายสินค้า หรือด้านภูมิศาสตร์ ซึ่งเป็นการวัดผลเปรียบเทียบการใช้น้ำมันกับระยะทางต่อเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ธุรกิจโดยรวมขององค์กร

แนวทางแก้ไขในแง่ความคิดเห็นของผู้บริหารบริษัทขนส่ง โทเทิล โลจิสติกส์ โซลูชั่น

การใช้บริการของผู้ให้บริการภายนอก: Outsourcing

ภายใต้สภาวะแวดล้อมทางธุรกิจในปัจจุบัน ที่การแข่งขันมีความรุนแรงมากขึ้น ทำให้บริษัทต่าง ๆ ต้องปรับตัวโดยนำกลยุทธ์ต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการบริหารธุรกิจ แนวคิดการจัดการหนึ่งที่หลายบริษัทนิยมนำมาใช้ก็คือ Outsourcing หรือ การใช้บริการของผู้ให้บริการจากภายนอก เนื่องจากเชื่อกันว่างานบางอย่างตนเองไม่ถนัดจะทำให้เกิดความยุ่งยากในการบริหาร และจะทำให้บริษัทสามารถลดต้นทุนได้

แนวคิด Outsourcing นี้ เดิมมักใช้กับงานทำความสะอาดสำนักงาน งานรักษาความปลอดภัย แต่ในปัจจุบันนิยมนำ Outsourcing มาใช้กับงานต่าง ๆ มากขึ้น อาทิ งานธุรการ งานป้อนข้อมูล และงานบริการอื่น ๆ อีกมากมายที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ และโซ่อุปทาน ได้แก่ การจัดการคลังสินค้า (Warehouse Management) การขนส่ง (Transportation) การกระจายสินค้า (Distribution) เป็นต้น

ดังนั้น หากองค์กรไม่พิจารณาถึงข้อดีข้อเสีย และแยกกิจกรรมหลักหรือกิจกรรมเสริมขององค์กรให้ดีแล้ว จะกลายเป็นจุดอ่อนระยะยาว เกิดผลเสียต่อองค์กรได้ รวมทั้งหากได้บริษัทที่ไม่มีความรู้ความชำนาญและประสบการณ์ตรงจริงจะส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือกับบุคคลภายนอกได้

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปว่าในภาวะปัจจุบันนี้ต้องมีการลดต้นทุนไม่ว่าจะเป็นต้นทุนการผลิตทั้งกระบวนการผลิตรวมถึงการจัดเก็บ, การขนส่งหรือการจัดกระจายเพื่อให้สอดคล้องกับการผันผวนของราคาน้ำมัน, อัตราดอกเบี้ยของการจัดเก็บรวมถึงต้นทุนของอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องจักรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่ประกอบการอยู่ ดังนั้น ทางออกที่มองเห็นถึงการลดต้นทุนได้ก็ต้องใช้ Outsource ในบางส่วนหรือทั้งหมดถ้าผลที่ออกมาสามารถลดต้นทุนให้กับธุรกิจนั้น ๆ ได้ สอดคล้องกับ Feigenbaum (2007) สรุปได้ว่า การลดต้นทุนที่ดีนั้นต้องมองถึงกระบวนการผลิตทั้งระบบ รวมถึงแหล่ง วัตถุดิบ และการกระจายสินค้าให้เร็ว โดยให้การจัดการโลจิสติกส์เข้ามาบริหาร และในทางตรงกันข้าม ต้นทุนจะลดลงเมื่อคุณภาพของสินค้าออกมาดี ไม่มีการผลิตออกมาและตกรวด ต้องนำมาเข้ากระบวนการแก้ไขใหม่ ถ้าผลิตเป็นไปตามคุณภาพตั้งแต่ครั้งแรก ย่อมจะไม่มีต้นทุนเพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของลูกค้าการมีคุณภาพสามารถช่วยลดต้นทุนได้ โดยการออกแบบระบบการผลิตที่ป้องกันการเกิดขึ้นของสิ่งที่ไม่เป็นไปตามความต้องการของลูกค้า การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตและจัดส่งได้โดยง่าย รวมถึงการจัดอบรมพนักงานให้เข้าใจถึงกระบวนการทำงานและข้อจำกัดต่าง ๆ ซึ่งวิธีการต่าง ๆ เหล่านี้สามารถจัดเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเพื่อการป้องกันไม่ให้ความไม่มีความไม่มีความไม่คุณภาพเกิดขึ้น (Prevention Cost) โดยผลที่ได้จาก Prevention Cost คือ การลดลงของค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการตรวจทดสอบ (Inspection) และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเมื่อสินค้าเสียหาย (Failure) เช่น Scrap, Rework, Downgrading หรือ Lost Sales และยังสอดคล้องกับ เกวลี หรือจันท์วงศ์ (2551) พบว่าเดิมบริษัทไม่มีการวัดความสามารถในการ บรรทุกสินค้าและรถขนส่งแต่ละคันถึงแม้จะเป็นรถประเภทเดียวกัน แต่มีความสามารถในการบรรทุกที่แตกต่างกัน เนื่องจาก ความกว้าง ยาว สูง แตกต่างกันไปตามยี่ห้อหรือการปรับสภาพรถ ดังนั้นเพื่อเป็นการสร้างมาตรฐานในการดำเนินงานของ พนักงาน และเพิ่มความสามารถในการใช้ทรัพยากร

ของบริษัท จึงให้มีการระบุขนาดความกว้าง ยาว สูง และปริมาตรของรถ ขนส่งแต่ละคันเพื่อนำมาใช้ในการสร้างมาตรฐานรถบรรทุก ในการทดลองปรับปรุงประสิทธิภาพการใช้รถขนส่งในการบรรทุก สินค้า นั้น บริษัท ได้ทำการเลือกเส้นทางของการขนส่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภูมิภาคตัวอย่างเนื่องจากภูมิภาคดังกล่าวนี้มี ยอดขายสูง และมีความถี่ในการสั่งซื้อที่ค่อนข้างมาก ทั้งลูกค้ารายใหญ่และรายย่อย อัตราการใช้รถขนส่งของ บริษัทเน้นไปที่ การใช้รถ 4 ล้อเป็นหลักและมีการยืดหยุ่นในด้านเวลาขนส่งสินค้า จากการบริหารจัดการเพื่อรวมออเดอร์ พบว่าจะสามารถลด จำนวนเที่ยวในการขนส่งสินค้า โดยจากเดิมขนส่งทั้งหมด 327 เที่ยว สามารถปรับลดลงได้เหลือเพียง 213 เที่ยวเท่านั้น นอกจากนี้ยังลดการใช้รถขนส่งขนาดเล็ก และเพิ่มการใช้รถขนส่งขนาดใหญ่ โดยสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายจาก 826.235 บาท เหลือ 744,516 บาทได้

ดังนั้นการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องทำให้ทราบว่ามีส่วนคล้ายคลึงหรือเหมือนกันในส่วนของ การศึกษาในเรื่องของการลดต้นทุนกิจกรรมไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมใด ๆ ก็ตามต้องคำนวนต้นทุนก่อนที่จะเริ่ม ดำเนินการและหรือดำเนินการไปแล้ว เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในด้านต้นทุน พร้อมทั้งการพัฒนาการบริการที่มีคุณภาพอย่างสูงสุด การใช้วิธีระบบต้นทุนฐานกิจกรรม เพื่อศึกษากิจกรรมที่สำคัญส่วนใหญ่ของบริษัทใน ฐานะที่เป็นกระจายสินค้า ทั้งในส่วนของกิจกรรมในคลังสินค้าและกิจกรรมที่เกี่ยวกับการจัดส่ง โดยเน้น การศึกษากิจกรรมในการกระจายสินค้าไปยังผู้ใช้บริการของบริษัท โดยลูกค้าของบริษัทคือ ผู้ที่ฝากส่งสินค้า ให้แก่ผู้รับ จากปัจจัยตัวผลักดันต้นทุนต่าง ๆ โดยพิจารณาจากข้อมูลที่ได้รับจากการคำนวณต้นทุนตามฐาน กิจกรรม ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในด้านต้นทุนโลจิสติกส์ขององค์กรได้

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. หน่วยงานที่มีหน้าที่ในการควบคุมค่าใช้จ่าย ได้แก่ กองบัญชี ต้องมีการดำเนินการตามระเบียบอย่างเคร่งครัดในการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. หน่วยงานและผู้บริหารที่เกี่ยวข้อง ควรมีนโยบายและแผนงานในการให้ความรู้ในด้านการจัดการ เป็นประจำทุกปี
3. หน่วยงานและผู้บริหารที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้ในการมีส่วนร่วมแก่องค์กรที่เกี่ยวกับการขนส่งเพื่อสร้างจิตสำนึกให้เกิดความตระหนักในเรื่องต้นทุนค่าใช้จ่าย

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาภายในบริษัทตัวอย่างเกี่ยวกับต้นทุนโลจิสติกส์ ด้วยเทคนิคการบริหารต้นทุนการขนส่ง ผู้วิจัยพบข้อจำกัดที่เกิดขึ้นในการศึกษา

1. ระยะเวลาในการวิจัย และเก็บข้อมูลในการวิจัยนี้อาจสั้นเกินไป ดังนั้นหากต้องการให้ได้ต้นทุนทางโลจิสติกส์ที่แท้จริง ควรขยายระยะเวลาในการวิจัยและเก็บรายละเอียดของข้อมูลที่จะนำมาประกอบการคำนวณให้มากกว่านี้ เพื่อที่จะทำให้ได้ทราบสัดส่วนต้นทุนในแต่ละกิจกรรมได้อย่างถูกต้อง เป็นประโยชน์ สำหรับประกอบการตัดสินใจด้านการบริหารได้อย่างสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2. ข้อมูลด้านต้นทุนต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในบริษัทเพื่อการวิจัยนี้ ได้มาจากการหาค่าเฉลี่ยและการประมาณ เป็นส่วนมาก เนื่องจากเป็นความลับของบริษัททำให้ไม่สามารถนำไปขยายผลเพื่อประกอบการวิจัยเกี่ยวกับ ต้นทุนโลจิสติกส์

3. บริษัทควรพิจารณาหาแนวทางการปรับปรุงการขนส่งที่ไม่เพิ่มคุณค่าภายในองค์กร เพื่อให้เกิด ประสิทธิภาพในด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์ภายในองค์กรมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- เกวลี หริจันทร์วงศ์. (2551). **กรณีศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้รถขนส่งของบริษัท ABC [ซีดี-รอม]**. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 16 พฤษภาคม 2561 จาก <https://scholar.utcc.ac.th/handle/6626976254/2337>
- ชัยฤทธิ์ ทองรอด.(2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้ก๊าซ NGV: กรณีศึกษารถยนต์ส่วนบุคคลใน จังหวัดสมุทรปราการ. **วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์**, 1 (1), 23-31
- ณัฐดนัย สุวรรณบัตร. (2557).**การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าเหล็กแผ่นรีดร้อนชนิดม้วน กรณีศึกษา บริษัทผู้ให้บริการขนส่งแห่งหนึ่ง**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
- ประสาร ทองไม้. (2551). **แนวทางการลดต้นทุนการขนส่งมันฝรั่งสด ในระบบโลจิสติกส์ ของบริษัทผู้ผลิต ขนมหบเคี้ยวมันฝรั่งทอดกรอบ** .เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- วิทยา สุฤทธิดำรง. (2546). **โลจิสติกส์และการจัดการโซ่อุปทาน อธิบายได้ง่ายนิดเดียว**. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- Feigenbaum, A. V. (2007). The International growth of quality. **Quality Progress**, 40 (2), 36–40
- Hong Kong Article Numbering Association HKANA. (1999). **SCM Implementation guide book**. Hong Kong: n.p.
- The Council of Logistic Management (CLM). (1991). **Logistics management**. Retrieved June 20, 2017, from <http://www.mi-clm.org>

ปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวที่แสวงหาผลประโยชน์ทางเพศจากเด็ก
กรณีศึกษาจังหวัดสมุทรสงคราม

Problems and Solutions of Preventing Children Exploitation Tourism
A Case study of Samut Songkhram

ศิรินันท์ ทิพย์เจริญ*
(Sirinan Tipcharoen)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวที่แสวงหาผลประโยชน์ทางเพศจากเด็ก และวิธีการแก้ไขปัญหา วิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการอาสาสมัครประชาชนนักท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรสงคราม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามโดยประชากรคือ นักท่องเที่ยวที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าเฉลี่ยมัชฌิม เลขคณิต ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่าความสัมพันธ์ระหว่างการแก้ไขปัญหาที่มีต่อการท่องเที่ยวที่แสวงหาผลประโยชน์ทางเพศจากเด็กโดยภาพรวม อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย และไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพิจารณา พบว่าสาเหตุปัญหาวิธีการแก้ไขปัญหา แนวทางป้องกันปัญหาไม่มีความสัมพันธ์ กับปัญหาการท่องเที่ยวที่แสวงหาผลประโยชน์ทางเพศจากเด็กสาเหตุปัญหาวิธีการแก้ไขปัญหาแนวทางป้องกันปัญหา

คำสำคัญ : นโยบายภาครัฐ การท่องเที่ยว การแสวงหาผลประโยชน์ทางเพศจากเด็ก

* อาจารย์ประจำหลักสูตรโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับนักบริหารรุ่นใหม่ (หัวหมาก) มหาวิทยาลัยรามคำแหง 10240

Full-time lecturer, Master of Business Administration Program For the Young executives (YMBA-Hua Mak), Ramkhamhaeng University 10240

Corresponding Author: sirinan41@hotmail.com

ABSTRACT

This research represents the results of the investigation regarding the problems and solutions of preventing children exploitation tourism. Data collection has been done through quantitative research where samples are from several groups. These samples consist of business owners, volunteers and tourists. The study examines the area of Samut Songkhram, a province in Thailand. Questionnaire was used as a research instrument for data gathering. Tourists were the majority of the study samples. There was no fixed amount of the samples. Overall, there were approximately 300 samples. Statistical analysis has been done in order to identify the Arithmetic Mean, the Standard Deviation (SD) and Pearson Product Moment Correlation Coefficient.

The results of the study reveal that the correlation between prevention of children exploitation tourism is found to be less. This has been reported with a statistic figure at .05. This means that prevention, problem solutions and the investigation of the influence factors were not relevant to prevent children exploitation tourism.

Keywords: Government policy, Tourism, Children Exploitation

Article history:

Received 14 July 2019

Revised 31 January 2020

Accepted 2 February 2020

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. Introduction

Samut Songkhram has inherited natural resources which allow tourism industry to be established like some provinces in Thailand. This natural heritage benefits Samut Songkhram' tourism industry in particular. This aspect increases its attraction where outsiders often visit in order to witness its beauty. With this regard, Samut Songkhram has been recognized as one of the most famous tourist destinations of the region in 2012. According to the record, it was reported that there were 802,052 visitors visited the province. This helps to increase community members' income for almost 777.05 Million Bath.

This determines positive economic condition of the province. This benefit could result from the government policy which helps to improve the country's economic condition. Better consumption ability was encouraged by government policy. It is believed that, having government policy to support consumers purchasing ability may result in better business flow. This strategic plan does help to improve local economic condition, providing financial budget by central government which therefore help to encourage investors for their product development and increase in productivity. This would also help agricultural sector and the improvement of farming products in directly. It is reported that financial budget for each member of the country in 2011 is 79,456 baths. (Ministry of Tourism and Sports, 2012).

Currently, it is found that social structure has changed. This factor has a great deal which influenced tourism business management at certain point. It is realized that there is a shift from traditional tourism to current tourism industry where the relationship between community and tourists is more concerned. However, this has caused several drawbacks toward present tourism business. Several problems have emerged due to child sexual exploitation. This issue is considered as a negative image of the current tourism business. These crucial issues include prostitution, child exploitation, and child laboring as a result of the development in tourism industry. This has increased negative image of Thailand at international platform. This problem is the significant factor to exploit the country's reputation. It also lowered Thailand's status in the world's ranking which therefore let America to group Thailand as a member of "TIER 3". This group named the countries which failed to prevent the practice of human trafficking. (Rachaniporn Sujaritpakdeekul, 2009). This problem can be considered as a result of benefit seeking by exploiters. Poverty also one of the factors that being caused by economic structure and government policy. Therefore reformation of Thai national policy is needed in order to maintain established tradition and social culture. It is also necessary to promote the country' sustainable economic. This can be done with the

collaboration between community members where all the parties must support the prevention of the problem of child exploitation tourism. The researcher is therefore interested to examine the relationship between the problems and solutions of preventing children exploitation tourism in Samut Songkhram area.

Research aims and objectives

To study the problems and solutions of preventing children exploitation tourism
a Case study of Samut Songkhram

2. Research scope and methods

The study examines factors related to problems and solutions to prevent children exploitation tourism by the examination of tourists' needs and government policy.

3. Research methodology

Data collection has been done through quantitative research where samples were from several groups including business owners, volunteers and tourists. The study focuses on the area of Samut Songkhram. Questionnaire was used as a research instrument for data gathering. Samples were mainly the tourist with no fixed amount of the samples.

However, data has been responded by approximately 300 samples. (Kanlaya Wanitbancha, 2002: 27) with an error at ± 5 Statistical analysis has been done in order to identify the Arithmetic Mean, the Standard Deviation (SD) and Pearson Product Moment Correlation Coefficient

4. Results

1. General information of 300 questionnaire responders was from female more than male samples. Among 300 samples, it consists of 215 female samples which can be reported as 66.0 % while the total number of male samples is 111 samples which are 34.0% of the overall samples. Personal details of the samples when considering their age level, it is found that the majority of the responders are below 20 years with the amount of 214 samples. This can be reported at 65.6% and acquired the highest number. Secondly, samples are in between 21 - 40 years with the total number of 61 which can be counted as 18.7%, thirdly, samples aged in between 41 - 60 years are found to be the total of 45 which can be calculated as

13.8% while samples aged over 61 years are found to be the least responders among overall samples which is found to be total of 6 samples that can be counted as 1.8%. Considering personal details based on the sample's education background showed that 164 of the samples have attained the certificate of Secondary Education or equal to which can be reported at 50.3% which is the highest number of the samples. Secondly, 101 samples have attained the Certificate of Bachelor Degree or equal to which is 31.0 %, Thirdly, 42 samples have attained the Certificate of Vocational Education or Pre-university education or equal to which is 12.9%, Among these, 10 of unattained education qualification samples which is about 3.1%, and 9 samples from higher education degrees which is 2.8%.

Considering personal details according to profession and career, it is found that the majority of the questionnaire responders are school students and university students with total number of 226 samples which is 69.3%. Second are business owners in tourism industry with the total number of 36 samples which is 11.0%, third group is totally 18 private organizational staffs which is 5.5%, 15 samples are community leaders and local politicians which is 4.6%, 12 samples are business owners which is 3.7%, 10 government officers which is 3.1%, 9 are freelancers and laborers which is 2.8%. Considering personal details based on personal income, it is found that the majority of questionnaire responders consists of ; the group which has their income below 10,000 bath which is found to be 214 which is 65.6% and consider to be the highest. Second group has income above 20,001 baths for about 81 samples which is 24.8%. Lastly, a group with income level between 10,001 – 20,000 baths about 31 samples which are 9.5%.

2. The analysis of attitude towards influent factors which correlate solutions toward the problem of child exploitation tourism showed that the majority of the population agrees that there should be an action to solve the problems regarding child exploitation by tourism business. This can be seen as the highest statistic figure with overall at Mean = 4.62. Considering in each domains, it has revealed that community members and social population have realized the causes of child exploitation that brought by tourism industry. This can be explained with statistic figure at Mean = 4.64 which reported as the highest responses. Second is the solutions toward child exploitation which caused by tourism business at Mean = 4.62,

.Lastly, it is the concern for the finding of solutions to prevent child exploitation by tourism business which is reported at Mean = 4.61. The concern for causes of the problem regarding child exploitation and prostitution in overall is the highest rate at Mean = 4.64. Considering in each domains, it is found that child exploitation is the significant factor that

create a negative image of Thailand in the world platform. This is reported at Mean =4.79, which is the highest responses. Secondly, lack of moral and ethical principles among business owners could lead to the exploitation of child and prostitution in services. This is reported at Mean = 4.71. It is reported that night entertainment business provides sexual appeal performances and activities that encourage the exposure of child abuse to attract tourists and customers. This is found to be Mean =4.67. Thus, the problem of child exploitation tourism can be solved by strictly constructed laws with the collaboration of several government sectors.

The problem needs to be solved in a systematic ways. This is found to be at Mean =4.66. Poverty can be considered as one of the factors that lead to the problem which often is the force to encourage poor children to get into prostitution and child exploitation business. This is found to be at Mean =4.53. Benefit seeking business from child exploitation tourism means having sexual violence against children below 18 years old. Whether it is agreeable between sexual abuse victims and the customers or so called sexual violators or not, however, this can still be considered as misconduct and against the laws.

This perspective is reported as Mean =4.45. Concern for problem solving regarding child exploitation tourism in overall is found to be the highest responses at Mean =4.62. Considering in each domains, it is suggested that having systematic collaboration between the community and the central department is needed which is reported at Mean =4.75. Secondly, family and strong community will help to prevent the problem of child sexual exploitation. For instance, it needs to be reported to parents or guardians when having seen children in night entertainment places. The responses to this domain are found to be at Mean =4.66.

The problem of child sexual exploitation tourism needs to be solved by constructing strict laws and punishment rules which need serious action taken by government sectors. This will help to prevent and solve the problem effectively and systematically. The responses are found to be at Mean =4.62. The Department of Tourism has a significant role for the establishment of punishment rules, principles and social responsibility for business owners dealing with tourism such as hotel business owners. This means that business permits can be withdrawn when guilty or misconduct have been found at Mean= 4.58. Parent should take good care of their own children is found to be at Mean = 4.58. Government officers need to promote and build the awareness toward child exploitation tourism in order to develop right moral and ethics among community member as well as the tourists. This is found to be at =4.55.

There should be volunteers to prevent problems of child sexual exploitation tourism in the community. This is found to be the highest responses at Mean =4.61. Considering each do-main based on government policy, the highest responses suggested that government policy needs to promote cultural education tourism at Mean =4.71. Secondly, there is a need for critical analysis regarding problem solution for strategic planning for investigation purpose where practicality plans need to be constructed. This is found to be at Mean =4.70.

Another response suggested that private business owners need to avoid activities that promote child sexual appeal to attract the customers or tourists. This is found to be at Mean =4.67. It is also suggested that business owners must not involve in child exploitation tourism. This is found to be at Mean =4.67. It is suggested that tourists must not misbehave toward children during their visiting. This is found to be at Mean =4.65.

It is suggested that there should have scope setting of tourism principles in order to prevent child exploitation tourism. This is found to be at Mean =4.58. Another point is that the tourists must not have sexual oriented activities as their goal for their visits. This is found to be at Mean =4.61. It is also suggested that there should be awareness building toward sexual values for youngsters. This is found to be at Mean =4.58. All social sectors need to realize the drawbacks from child exploitation tourism. This is found to be Mean =4.58. It is suggested that awareness building regarding desirable tourism is important for both tourists and business owners. This is found to be at Mean =4.56. It is suggested that misconduct tourism which lightly lead to child exploitation tourism should be reported to the responsible officers. This is found to be at Mean =4.53. Tourists need to understand the cultures of their visiting places. This means that they should behave in desirable manners which will help to develop the desirable social values and appropriate behaviors among youngsters. This is found to be at Mean = 4.52.

3. Correlation analysis of solutions toward problem of child exploitation tourism in overall found that there is less action and the correlation statistic figure is found to be at .05. This means that the solutions that have been mentioned or taken were not relate to the emerged problem including tourists needs, social problems and government policy. These can be reported at statistic figure ($r=.048$, $\text{Sig}=.387$; $r=.769$, $\text{Sig}=.206$; $r=.082$, $\text{Sig}=.139$) respectively.

5. Discussion and Recommendations

The study found that government policy toward tourism is found to be less at Mean =2.30. When closely examine the government policies, there are the presence of the attempt to solve the problem of child exploitation tourism by all the government at Mean =2.50. Aiming to establish strict laws and punishment rules to prevent and protect child exploitation is found to be the most significant target by every government parties which is found to be at Mean =2.43. It is found that serious action to prevent and solve the problem of child exploitation by the government is at Mean =2.32. It is found that the government aimed controlling other departments to collaborate in serious action to solve the problem of child exploitation at Mean =2.21. It is found that government departments aimed at solving the problem of child exploitation through awareness building regarding appropriate social values and social expectations among the children at Mean =2.02.

To conclude, it is compulsory for government sector to take a serious action toward the problem of child exploitation tourism. There should be strict laws which can be directly constructed by government strategic plans. The most important factor to help solving the problem is to construct strict laws and well- prescript punishment rules. This will provide a better working scope for government officers who deal with the prevention and protection of child exploitation tourism. Secondly, all government offices and departments need to cooperate with one another in order to prevent and protect the problem of child exploitation tourism. Thirdly, parental is one of the most important factors to prevent the problem. Lastly, awareness building toward prevention and protection of child exploitation tourism should be promoted in the society; this will help to develop social responsibility among community members as well as the tourists toward the drawbacks from their misconduct toward the tourism industry and children. Therefore tourists should be aware that they should not misbehave and violate against children's rights and avoid child prostitution.

Community and private entrepreneurs must not allow the children to take any actions that could attribute to prostitution including provide the area for business talk. Community and private entrepreneurs need to have social responsibility and should follow the right principles to improve social conditions and strictly prohibit prostitution especially in children that result from the development of community tourism industry.

The study has found that government policy is one of influence factors that will help to prevent and solve the problem due to child exploitation tourism. Thus it is necessary for the government to take a serious action regarding this issue. One of the significant aspects is

to construct a strict laws and punishment rules for the violator. Another point is to cooperate between different government departments in order to prevent the occurrence of this issue. In order to cope with this challenge, Tourism Authority of Thailand also needs to take a serious action by construct the laws and punishment rules toward the prohibition of child exploitation tourism to deal with the violators particularly the entrepreneurs, business owners, and local business dealers in order to prevent this issue. Another solution is to withdraw the permit from the violators when they are found to be guilty.

Government officers need to promote and update tourism information and build the awareness toward the outcomes from misconduct of tourism especially child exploitation. It also is important to establish the values for the desirable community and society. Parent is also one the most important role to help to prevent and avoid this problem. Thus morality and ethics are the basic social principles that need to be established particular in those who own businesses related to tourism. This means that social responsibility is the most important issue that need to be concerned not only benefit making. Panthong Srithawong (2008) studied Problems and Obstacles of Children Juveniles and Women Division's Police Officers in Preventing and Suppressing Human Trafficking. It has revealed that prostitution, child and woman human trafficking are serious is-sue which found to happen frequently. Overall, considering case by case, it is found that the level of education qualification of investigative police officers could affect police tasks such as investigation, arresting and law execution of investigative toward the problem of child exploitation. This is found to present the significant statistic figure at .05.

5.2 Suggestions for use in this research

This study examined the attitudes of the social population and many revealed that problem solution can be done for two key aspects. These aspects are directly related to the tourist's exploitation seeking attitude that often being supported by the dealers and flexible government policy. The investigation found that there are three domains that need to be concerned according to the population's point of view. These include

1. government policy which should be strict and clear mentioned regarding to the punishments for misconduct and malpractices.

2. There should be collaboration between community members for strictly follow the traditional and customary practices and believes which promote religious' rules and principles in order to avoid the sexual exploited tourism toward youth and prevent community's positive

image. Overall, there should be a strict watch toward malpractice of government officers who are responsible for community tourism.

3. central government and regional government need to establish the policy, strategic plans, projects and programs which help to support and development the employment opportunities for community members to reduce the poverty and other related problems that could arise from this issue.

5.3 Suggestions for further research

1. Those interested may study the said problem, expanding to other provinces such as Bangkok, Pattaya etc.

2. Research should be developed by adding to the dimension of quality research or mixed method research.

Reference

- Kanlaya wanitbancha. (2002). **Statistical analysis: statistics for administration and research**. (6th ed.). Bangkok: Chulalongkorn University Printing House.
- Ministry of Tourism and Sports.(2012). **Tourism Statistics 2012**. Retrieved July 22, 2018, from https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=548
- Panthong Srithawongsa.(2008). **Problems and Obstacles of Children Juveniles and Women Division's Police Officers in Preventing and Suppressing Human Trafficking**. Independent Study. Master of Business Administration. Business Administration Program. Phranakhon Rajabhat University.
- Rachaniporn Sujaritpakdeekul . (2009) **Strategies and Solutions for Human Trafficking**. Bangkok: Thammasat University.

นวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน
ตามแนวโอบอพนวัตวิถี: กรณีศึกษาบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา
อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม
Co-creative media innovation to promote OTOP
Nawatwithi community-based tourism: a case of Ban-klongyong,
Salaya Sub-district, Phuttamonthon Sub District, Nakhon Pathom Province

วิเชษฐ์ แสงดวงดี¹ และคณะ²
(Vichet Saengduangdee et al.)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอบอพนวัตวิถีของบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล วิจัยที่นำมาใช้ได้แก่ วิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย การวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตการณ์ การสัมภาษณ์และเวทีประชาคมแกนนำชุมชน กรรมการบริหารชุมชนท่องเที่ยวตามแนวโอบอพนวัตวิถี ผู้ประกอบการสินค้าชุมชนและคนในชุมชน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพได้แก่ การวิเคราะห์ความสอดคล้องของข้อความ (common theme analysis) ผลการศึกษาพบว่า คนในชุมชนเห็นพ้องต้องกันในการนำตราสัญลักษณ์และข้อความสโลแกนชุมชนที่นำเสนอผ่านภาพการ์ตูนมาสอดคล้องและข้อความสโลแกน “มนต์รักทุ่งคลองโยง”

¹ อาจารย์สาขาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม, 10160

Ph.D., Lecturer, The Faculty of Animation and Creative Media, Department of information technology, Siam University, 10160

² อภิวัฒน์ บุญเนรมิตร นักศึกษาสาขาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม, 10160

Student, Department of Animation and Creative Media, The Faculty of information technology, Siam University, 10160

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุชาดา แสงดวงดี สาขานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 73000

Asst.Prof. Dr Suchada Saeangduangdee, Lecturer, The Faculty of Management Science (Program in Communication Arts).

Nakhon Pathom Rajabhat University, 73000

⁴ อรรถเศรษฐ์ ปรีดากรณ์ อาจารย์สาขาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม, 10160

Lecturer, Department of Animation and Creative Media, The Faculty of information technology, Siam University, 10160

⁵ ภาสกร ธนันทน์ อาจารย์สาขาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม, 10160

Lecturer, Department of Animation and Creative Media, The Faculty of information technology, Siam University, 10160

⁶ ปัญจเวช บุญรอด อาจารย์สาขาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม, 10160

Lecturer, Department of Animation and Creative Media, The Faculty of information technology, Siam University, 10160

⁷ ทศพร เทียนศรี อาจารย์สาขาแอนิเมชันและสื่อสร้างสรรค์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยสยาม, 10160

Lecturer, Department of Animation and Creative Media, The Faculty of information technology, Siam University, 10160

Corresponding author : suchadas250205@hotmail.com

มาใช้ในการพัฒนานวัตกรรมสื่อเชิงสร้างสรรค์ต้นแบบ 7 ประเภท ที่สามารถสื่อความหมาย สร้างการรับรู้ และจดจำคุณค่าของอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองโยงที่แตกต่างจากชุมชนอื่นนำไปสู่การส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวบ้านคลองโยงให้มีความยั่งยืนตามที่ชุมชนปรารถนา ประกอบด้วย มาสคอต สแตนดี้ (Standy) ป้ายแผนที่ท่องเที่ยวซึ่งแสดงจุดท่องเที่ยวทั้ง 15 แห่งของบ้านคลองโยง ป้ายแผนที่เส้นทางโดยรอบของชุมชนคลองโยง โปสเตอร์ แผ่นพับ สติกเกอร์ไลน์ และสื่อเบ็ดเตล็ดประเภทของที่ระลึก

คำสำคัญ : การจัดการท่องเที่ยวชุมชน สื่อสร้างสรรค์ นวัตกรรม โอทอปนวัตกรรม บ้านคลองโยง อัตลักษณ์ชุมชน

ABSTRACT

The research article has main objective to develop co-creative media innovation to promote OTOP Nawatwithi community-based tourism of Ban-klongyong, Salaya Sub-district, Phuttamonthon District, Nakhon Pathom Province. The Qualitative research based method; documentary analysis, observation, interviews and community forum with community leaders, communities of OTOP Nawatwithi community based-tourism, community products traders and community people, was applied to develop co creative media that can promote community-based tourism. The common theme analysis was brought to analyze qualitative data derived. The study find that stakeholders involved and community people of Ban Klong Yong agree to use community logo and slogan presented by buffalo cartoon mascot together with slogan “Monrak Thung Klong Yong” to develop 7 prototypes of creative media innovation enable to convey meaning, perception, and retention of Ban Klong Yong identity value which is differentiate than others, and that can promote the sustainable management of Ban Klong Yong OTOP Nawatwithi community-based tourism as wish; mascot standy, a tourist map which shows all 15 tourist attraction of Ban Klong Yong, a map of Ban Klong Yong route, poster, folder, line stickers, and miscellaneous media especially for souvenirs.

Keywords: Community Based Tourism Management, creative media, innovation, OTOP Nawatwithi, Ban Klong Yoang, community identity

Article history:

Received 10 December 2019

Revised 1 April 2020

Accepted 4 April 2020

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. บทนำ

แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตกรรมเป็นเรื่องใหม่ ที่ในชุมชนส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจ ในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องเริ่มต้นที่สมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว ช่วยกันคิด วางแผน ดำเนินการ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมกันพัฒนา ร่วมกันแบ่งปันผลประโยชน์ และร่วมกันสร้างกฎ กติกาของชุมชนให้ผู้ที่เกี่ยวข้องปฏิบัติตามกฎ กติกาของชุมชน หรือ การสร้างมาตรฐานต่างๆ ของชุมชน เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดผลกระทบที่เกินความสามารถของคนในชุมชนจะแก้ไขได้ ซึ่งความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวจะนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพของชุมชน พื้นที่ เศรษฐกิจชุมชน สังคม ประชาชนในชุมชนบ้านคลองโยงให้มีชีวิตอยู่ดีกินดี มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตอันดีงามของชุมชนจากรุ่นสู่รุ่น การบริหารทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความยั่งยืนในชุมชน (ณัฐพัชร มณีโรจน์, 2560 : 28-29) ทั้งนี้เพราะผลกระทบของการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ถูกมองว่าเป็นสถานการณ์ที่สร้าง ชนะ-ชนะ (win-win) ร่วมกัน โดยอ้างอิงจากการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ การพัฒนาวิถีชีวิตของชุมชนท้องถิ่น (Lesego, 2010 : 136)

การพัฒนาสื่อสร้างสรรค์โดยชุมชนมีส่วนร่วม จะเป็นวิธีการหนึ่งที่จะทำให้คนในชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของแนวคิด ร่วมดำเนินการ ร่วมประเมิน ร่วมปรับปรุง นำไปสู่ความรู้สึกภาคภูมิใจและร่วมขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนบนพื้นฐานอัตลักษณ์ วิถีชีวิต สื่อพื้นบ้านหรือวัฒนธรรมพื้นบ้านที่เป็นภูมิปัญญา ช่วยนำเสนอความเป็นตัวตนของชุมชนท้องถิ่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวสู่คนในชุมชนและสาธารณะ อาทิ การติดตั้งข้อมูลประวัติความเป็นมา ป้ายบอกทางในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย และมีความเข้าใจวัฒนธรรม ภูมิปัญญาของท้องถิ่นอย่างลึกซึ้ง เชื่อมโยงสู่การสื่อสารตราสินค้าให้เป็นที่รับรู้ของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก เนื่องจากเมื่อใดก็ตามที่นักท่องเที่ยวรับรู้อัตลักษณ์ บุคลิกภาพของแหล่งท่องเที่ยว จะนำมาซึ่งตราสินค้า ความเชื่อมั่นและการตัดสินใจซื้อสินค้า บริการของแหล่งท่องเที่ยว (มนัสสินี บุญมีศรีสง่า, 2556 : 556)

การศึกษาเรื่อง “นวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตกรรม: กรณีศึกษาบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม” มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตกรรมของบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยทำให้ได้นวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชนทำให้ชุมชนเกิดความภาคภูมิใจร่วมกันและร่วมกันขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยงตามแนวโอทอปนวัตกรรมด้วยตนเองได้อย่างยั่งยืนต่อไป นอกจากนี้ยังสื่อต้นแบบที่สร้างขึ้นยังช่วย ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว การรับรู้และจดจำคุณค่าของอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองโยงที่แตกต่างจากชุมชนอื่น ช่วยสร้างตราสินค้าและการเข้ามาเที่ยวชมของนักท่องเที่ยว ส่งผลต่อการยกระดับรายได้ ความเข้มแข็งและขีดความสามารถในการแข่งขันในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยงตามแนวโอทอปนวัตกรรมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนานวัตกรรมสื่อเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนว โอทอปนวิถีชีวิตของบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดสำคัญที่นำมาใช้ในการวิจัย ได้แก่ กระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วม ดังนี้

2.1 การจัดการท่องเที่ยวชุมชน

การจัดการท่องเที่ยวชุมชน คือการจัดการการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน โดยให้การท่องเที่ยวทำงานครอบคลุมครบ 5 ด้าน พร้อมกันทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ (วีระพล ทองมา, 2559) ทั้งนี้เพราะการส่งเสริมการพัฒนาในทุกมิติที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นและชุมชนจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วม โดยเฉพาะการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ต้องการความร่วมมือของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อการส่งเสริมและสนับสนุนให้ชุมชนได้อนุรักษ์วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ รวมไปถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชนเอง ชุมชนจึงควรมีบทบาทสำคัญในการจัดการเพราะพวกเขารู้จักทรัพยากรในพื้นที่และเข้าใจสิ่งที่เขาต้องการพัฒนาหรืออนุรักษ์ไว้มากที่สุด ดังนั้น การจัดการท่องเที่ยวชุมชน คือการท่องเที่ยวที่มีการออกแบบเพื่อให้ผู้มาเยือนได้รับประสบการณ์ในวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น แยกผู้มาเยือนและสมาชิกในชุมชนมีโอกาสที่จะพบและเรียนรู้ซึ่งกันและกัน การนำเที่ยวและบริการต่างๆ ดำเนินการโดยกลุ่มองค์กรชุมชน มีการแบ่งบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2559)

2.2 กระบวนการจัดทำสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม

กระบวนการจัดทำสื่อเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมในงานนี้ ได้บูรณาการแนวคิดพื้นฐานเพื่อพัฒนาและเปลี่ยนแปลงสังคมแบบมีกลยุทธ์ มีประเด็นสำคัญ 5 ประการได้แก่ 1) การกำหนดนิยามและขอบเขตปัญหา 2) การเลือกเป้าหมาย 3) การหาจุดเชื่อมโยงแบบมีกลยุทธ์ 4) การกำหนดเทคนิควิธี และ 5) การสร้างแรงจูงใจ และขั้นตอนการพัฒนาสื่อท่องเที่ยว ทำให้สรุปกระบวนการจัดทำสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมได้ 5 ขั้นตอนหลัก ดังนี้ (Waisbord, 2014: 145-167 ; มรรษพร สีขาว สุวารีย์ ศรีปุณณะ และรวีวรรณ สนั่นวรเกียรติ, ม.ป.ป.)

2.1.1 การศึกษาและรวบรวมข้อมูลอัตลักษณ์และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ ปัญหาและความต้องการในการพัฒนาสื่อในมุมมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ แกนนำในพื้นที่ กรรมการบริหารการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวิถีชีวิตตำบลคลองโยง ผู้ประกอบการสินค้าโอทอป กลุ่มสตรีและกลุ่มแม่บ้านและคนในชุมชนบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

2.1.2 การออกแบบร่างสื่อสร้างสรรค์ โดยนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการกำหนดประเภทสื่อ

แนวความคิดการออกแบบสื่อ การจัดทำร่างสื่อสร้างสรรค์ให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว บริบทพื้นที่ อัตลักษณ์และ ความต้องการของชุมชน

2.1.3 การปรับปรุงร่างสื่อสร้างสรรค์ โดยนำเสนอร่างสื่อที่ออกแบบ ร่วมกันคัดเลือก และร่วมให้ข้อเสนอแนะต่อการปรับปรุงร่างสื่อเพื่อพัฒนาเป็นสื่อต้นแบบ

2.1.4 การจัดทำและพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบ โดยนำข้อเสนอแนะมาใช้ในการผลิตสื่อ ต้นแบบ การนำเสนอสื่อต้นแบบ และร่วมให้ข้อคิดเห็นต่อการปรับปรุงสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากขึ้น

2.1.5 การประเมินผล รับรองและส่งมอบต้นแบบสื่อเชิงสร้างสรรค์ต้นแบบแก่ชุมชน เป็น การนำเสนอผลการผลิตสื่อต้นแบบ การประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ การรับรอง สื่อโดยผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน ตลอดจนการส่งมอบสื่อเชิงสร้างสรรค์ต้นแบบแก่คนใน ชุมชนสำหรับนำไปผลิตและเผยแพร่ต่อไป

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ผู้ให้ข้อมูลหลัก ใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) โดย เก็บข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร การสังเกตการณ์สถานที่ท่องเที่ยวบ้านคลองโยง 15 แห่ง การ สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย กรรมการบริหารการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตวิถีตำบล คลองโยง แกนนำ ผู้ประกอบการสินค้าโอทอป กลุ่มสตรีและกลุ่มแม่บ้านและคนในชุมชนบ้านคลองโยง จำนวน 6 ราย และการจัดเวทีชุมชนกลุ่มตัวอย่างมีจำนวน 30 คน ได้คัดเลือกมาด้วยวิธีการแบบเจาะจงเป็น แกนนำหรือคนในชุมชนที่มีความรู้ ประสบการณ์ในการให้บริการการท่องเที่ยวชุมชน และสมัครใจในการให้ ข้อมูล ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้านบ้านคลองโยง ตัวแทนผู้ประกอบการสินค้าโอทอปชุมชนบ้านคลองโยง ตัวแทนกลุ่ม สตรีและกลุ่มแม่บ้าน ตัวแทนกรรมการบริหารการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตวิถีตำบลคลองโยง และ ตัวแทนคนในชุมชน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร แบบสังเกตการณ์ แบบ สัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และแบบบันทึกผลการจัดเวทีชุมชน ซึ่งคณะผู้วิจัยได้พัฒนาแบบวิเคราะห์ข้อมูลเอกสาร แบบสังเกตการณ์สำหรับการบันทึกข้อมูลในภาคสนาม แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และแบบบันทึกผล การจัดเวทีชุมชนที่ได้จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง จากนั้นจึงนำไปทดลองใช้ (pre testing) กับกลุ่ม ตัวอย่างคนในชุมชนเพื่อตรวจสอบความเข้าใจในข้อคำถาม ความสอดคล้องต่อเนื่อง ความง่ายของ ประเด็น รวมถึงเพื่อให้คณะผู้วิจัยมีความคุ้นเคยกับเครื่องมือ ได้ตรวจสอบว่าประเด็นที่กำหนดไว้ในเครื่องมือ ทำให้ได้คำตอบที่กำหนดไว้หรือไม่ จากนั้นจึงปรับปรุงเครื่องมือให้มีความครบถ้วน ครบถ้วนมากขึ้น

ผู้วิจัยลงพื้นที่สังเกตการณ์ 2 ครั้ง การสัมภาษณ์เชิงลึก 2 ครั้ง และการจัดเวทีประชาคม 4 ครั้ง และลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยการบันทึกภาพนิ่ง บันทึกเสียงและการจดบันทึกข้อมูลด้วยตนเอง

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพได้ใช้วิธีการหาความสอดคล้องของเนื้อหา หลักที่ตรงกัน (common themes analysis) และการพรรณนาวิเคราะห์ตีความคำตอบที่ได้

4. ผลการวิจัย

ผลการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตวิถีของบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารปฐมภูมิและทุติยภูมิเพื่อสำรวจข้อมูลเบื้องต้นก่อนลงพื้นที่จริง การสังเกตการณ์สถานที่หรือจุดท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและมีความพร้อมของชุมชน การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับประเภทสื่อ แนวคิดการออกแบบและการพัฒนานวัตกรรมการสื่อสารสร้างสรรค์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปนวัตวิถี และการจัดเวทีชุมชนทั้ง 5 ครั้ง สามารถสรุปตามกระบวนการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ได้ 5 ขั้นตอน ดังนี้

4.1 การศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ อัตลักษณ์และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การลงพื้นที่สังเกตการณ์และการจัดเวทีชุมชนครั้งที่ 1 พบว่า ชุมชนได้บอกเล่าประวัติความเป็นมาของหมู่บ้าน ให้ข้อมูลภาพรวมของพื้นที่ และนำคณะผู้วิจัยไปสำรวจจุดสำคัญต่าง ๆ ของหมู่บ้านเพื่อให้คณะผู้วิจัยได้พิจารณาศักยภาพของจุดท่องเที่ยวแต่ละจุด ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนและช่องว่างการสื่อสารที่ยังไม่สามารถสะท้อนตัวตนและอัตลักษณ์ชุมชนได้อย่างชัดเจนทำให้ขาดความร่วมมือจากคนในชุมชนและไม่สามารถสื่อสารจุดเด่นที่แตกต่างของบ้านคลองโยงให้เป็นที่รับรู้และเข้าถึงนักท่องเที่ยว

4.2 การร่วมกันออกแบบร่างสื่อสร้างสรรค์ คณะผู้วิจัยได้นำเสนอผลการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นในข้อ 1 ในเวทีประชาคมครั้งที่ 2 และขอให้ที่ประชุมแสดงความคิดเห็นผู้เกี่ยวข้องต่อการกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลัก ประเภทสื่อ แนวคิดการออกแบบ (theme) และเนื้อหาหลัก (key message) ที่ควรสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) คนในชุมชน เพื่อให้รับรู้และภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ตนเอง ร่วมเป็นเจ้าของบ้านต้อนรับและให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว และ 2) นักท่องเที่ยว เพื่อให้รับรู้อัตลักษณ์ชุมชนที่เป็นเสน่ห์เฉพาะตัวสำหรับบ้านคลองโยงที่ยังคงวิถีเกษตรและการดำเนินชีวิตแบบดั้งเดิมท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลงของสังคมเมือง โดยประเภทสื่อที่ชุมชนต้องการ ได้แก่ ชุมประตู่ ตัวละครหรือการ์ตูนสัญลักษณ์ (mascot) โดยเลือกใช้ควายเป็นสื่อ แผนที่ท่องเที่ยวชุมชน แผนที่เส้นทางโดยรอบชุมชนคลองโยง โปสเตอร์ และสื่อของที่ระลึก เช่น กระเป๋า เสื้อ เป็นต้น ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนตามที่ร่วมกันคิดไว้ ส่วนแนวคิดการออกแบบสื่อพบว่า คนในชุมชนมีความเห็นพ้องกันว่าแนวคิดการ ออกแบบสื่อทุกประเภทต้องสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนที่เป็นวิถีแบบท้องถิ่น มีความ เรื่อและลำคลองซึ่งเป็นสัญลักษณ์สำคัญของหมู่บ้านตามประวัติศาสตร์หมู่บ้านคลองโยงที่ผูกพันกับการทำนา ใช้แรงงานควายในการไถนาและลากจูงเรือให้ข้ามผ่านจุดสันดอนที่น้ำแห้งในฤดูแล้งผ่านสี่ ภาพ และข้อความที่ใช้ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกัน ดังนั้น สื่อสร้างสรรค์ทุกประเภทต้องมีตราสัญลักษณ์เป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับนำเสนอ อัตลักษณ์ชุมชนให้สอดคล้องต่อเนื่องนำไปสู่ความภาคภูมิใจของคนในชุมชนและการจดจำได้ของนักท่องเที่ยว

ทั้งนี้สื่อควรมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ใช้โทรศัพท์มือถือเป็นอุปกรณ์สำคัญในการค้นหาเส้นทางทำให้ชุมชนมีความต้องการให้มีการเชื่อมโยงข้อมูลในรายละเอียดต่างๆผ่าน QR

code เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม และเนื้อหาหลักที่ควรสื่อสาร ได้แก่ ข้อมูลประวัติศาสตร์หมู่บ้าน จุดท่องเที่ยวสำคัญ และเส้นทางการท่องเที่ยวแบบไปกลับภายใน 1 วัน (one day trip) เพื่อให้คนในชุมชนรับทราบข้อมูลพื้นฐาน สามารถให้ข้อมูลเพิ่มเติมแก่นักท่องเที่ยว ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองก็สามารถทำความรู้จักสถานที่สำคัญ และใช้เป็นข้อมูลสำหรับการตัดสินใจเลือกใช้บริการ กิจกรรม สินค้าและอาหาร

4.3 การปรับปรุงร่างสื่อสร้างสรรค์ เป็นขั้นตอนการนำจัดทำร่างสื่อเชิงสร้างสรรค์ตามที่ชุมชนนำเสนอในขั้นตอนที่ 2 มาจัดทำโดยใช้โปรแกรมซอฟต์แวร์คอมพิวเตอร์ และนำมาเสนอในเวทีชุมชนครั้งที่ 3 และการร่วมกันหาจุดเชื่อมโยงแบบมีกลยุทธ์ ในขั้นตอนการคัดเลือก และรับฟังความคิดเห็นต่อการปรับปรุงแก้ไขร่างสื่อสร้างสรรค์ที่คัดเลือกสำหรับนำไปปรับปรุงเป็นสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบในขั้นตอนต่อไป ซึ่งคนในชุมชนได้คัดเลือกสื่อหลักให้เหลือเพียง 5 ประเภท ได้แก่ 1) ตัวละครหรือมาสคอต (mascot) 2) ป้ายแผนที่ท่องเที่ยวเพื่อแสดงจุดท่องเที่ยวหลักของคลองโยง 3) ป้ายแผนที่เส้นทางโดยรอบของชุมชนคลองโยง 4) โปสเตอร์ และ 5) สื่อเบ็ดเตล็ดซึ่งก็คือ ของที่ระลึกประเภทต่างๆ เพื่อต่อยอดและสร้างการจดจำตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชน โดยเน้นจุดเชื่อมโยงสำคัญคือ จุดท่องเที่ยวหลักทั้ง 15 แห่งเป็นตัวเดินเรื่องหลักในสื่อทุกชนิดเพื่อจุดเด่นของจุดท่องเที่ยวสำคัญ ซึ่งเชื่อมโยงกับกิจกรรม/บริการ สินค้าและอาหาร ให้ชัดเจนมากขึ้นและใช้เทคโนโลยี QR Code ในการให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับจุดท่องเที่ยวแต่ละจุดในเส้นทางท่องเที่ยว ตอบโจทย์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่นิยมใช้โทรศัพท์มือถือสแกน QR Code เพื่อดาวน์โหลดข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวหรือในขณะที่เข้ามาถึงพื้นที่เพื่อดูภาพรวมของจุดท่องเที่ยว

4.4 การจัดทำและพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบ เป็นขั้นตอนการนำเสนอสื่อต้นแบบ และรับฟังข้อคิดเห็นต่อการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในเวทีประชาคมครั้งที่ 4 เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของสื่อซึ่งในขั้นตอนนี้ คนในชุมชนได้คัดเลือกสื่อสร้างสรรค์ที่มีเทคนิควิธีการออกแบบที่สวยงาม น่าสนใจ สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนได้อย่างชัดเจน มีต้นทุนการผลิตไม่สูง ตลอดจนเป็นที่นิยมและสอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ชอบค้นหาข้อมูลทางโทรศัพท์มือถือ ที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว สำหรับเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองเพื่อชม ช้อป ชิม เช็กอินและถ่ายภาพเป็นที่ระลึกสำหรับใช้เป็นต้นแบบในแต่ละประเภท ดังนี้

4.4.1 ตัวละครหรือมาสคอต 15 ตัว โดยใช้ควายเป็นตัวละครหรือมาสคอต ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนที่ผูกพันกับควายซึ่งเป็นสัตว์คู่ชุมชน ท้องถิ่นไทยหลายๆแห่ง และมีเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ที่เป็นเรื่องราวความเป็นมาสำหรับบ้านคลองโยงโดยตรง

4.4.2 ป้ายแผนที่ท่องเที่ยวเพื่อแสดงจุดท่องเที่ยวหลักของคลองโยงทั้ง 15 แห่ง ได้แก่ 1) ชุมประตู่ทางเข้า 2) จุดเช็คอิน 3) ชุมทองเหลืองป่าเทีญ 4) แจ่วบองสมุนไพร 5) ชุมกระเป่าผ้า 6) ชาเพื่อสุขภาพและจุดสาธิตทำขนมไทย 7) แปลงผักคุณไพบูลย์ 8) ชุมบัวบูชา 9) ชุมเกษตรทฤษฎีใหม่ 10) สมุนไพรหอมระเหย น้ำสมุนไพรรักษา 11) ดนตรีไทย 12) ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง 13) ผักปลอดสารพิษ 14) บ้านพวงมโหตร และ 15) ผักเกษตรอินทรีย์บ้านคลองโยง ซึ่งผ่านการเลือกสรรจากคนในชุมชนว่าเป็นจุดท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนบ้านคลองโยง ที่มีศักยภาพทั้งในแง่ของทรัพยากรธรรมชาติ ความพร้อมของบุคลากร

การจัดกิจกรรมที่ดึงดูดความสนใจ และการเป็นจุดให้บริการแวะพัก ชม ช้อป ซิม ของนักท่องเที่ยว โดยที่ประชุมมีข้อเสนอแนะให้เติมชื่อจุดท่องเที่ยวทั้ง 15 แห่งไว้ด้านล่าง และมีบางส่วน เสนอให้ใช้เทคโนโลยี QR Code เพื่อให้รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับจุดท่องเที่ยวทั้ง 15 จุด สำหรับให้นักท่องเที่ยวที่สนใจสามารถ แสกนและดาวน์โหลดข้อมูลรายละเอียดของจุดท่องเที่ยวทั้ง 15 จุด ด้วยโทรศัพท์มือถือได้สะดวก รวดเร็วเพื่อ ประกอบการตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวตามเส้นทางที่นำเสนอหรือเลือกเที่ยวชมเพียงบางจุดตาม ความสนใจ อย่างไรก็ตาม เนื่องจากเป้าหมายของป้ายแผนที่เน้นให้บริการข้อมูลที่แสดงจุดท่องเที่ยวหลักใน ภาพรวมซึ่งการใช้ QR Code ในแผนที่จะต้องมีขนาดใหญ่ อาจทำให้ป้ายมีข้อมูลมากเกินไป ไม่สวยงาม ที่ประชุม จึงมีมติให้ทดลองทำแผนที่ท่องเที่ยวทั้ง 2 แบบ เพื่อนำมาพิจารณาในเวทีชุมชนครั้งต่อไป ซึ่งหากป้ายแผนที่ที่มีเทคโนโลยี QR Code ไม่สวยงาม ก็สามารถนำไปใช้เป็นส่วนประกอบการจัดทำแผ่นพับสำหรับแจก นักท่องเที่ยวได้

4.4.3 ป้ายแผนที่เส้นทางโดยรอบของชุมชนคลองโยง เป็นสื่อที่มีเป้าหมายในการให้ ข้อมูลภาพรวมเกี่ยวกับพื้นที่บ้านคลองโยงและเส้นทางรถเที่ยวชมบ้านคลองโยง โดยนำเทคโนโลยี QR Code มาใช้เพื่อให้นักท่องเที่ยวแสกนและดาวน์โหลดข้อมูลเส้นทางรถเที่ยวชมบ้านคลองโยงผ่าน โทรศัพท์มือถือโดยเชื่อมโยงกับ Google map ที่แนะนำการเดินทางไปตามจุดต่างๆ ได้อย่างง่ายดายขึ้น ช่วย ให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการว่าจะเดินทางท่องเที่ยวตามเส้นทางที่นำเสนอหรือเลือกเที่ยวชมเพียง บางจุดตามความสนใจ โดยที่ประชุมเห็นว่าข้อมูลเส้นทางรถเที่ยวชมไปยังจุดท่องเที่ยวทั้ง 15 จุด มีความ จำเป็น และตอบสนองพฤติกรรมรถเที่ยวชมและวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตนเองของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ เนื่องจากทำได้สะดวก รวดเร็ว โดยข้อมูลมีความชัดเจนอยู่แล้วไม่จำเป็นต้องแก้ไข แต่มีมติให้นำแผนที่เส้นทาง โดยรอบของชุมชนคลองโยงไปจัดทำเป็นป้ายแผนที่ ตั้งคู่กับป้ายแผนที่ที่แสดงจุดท่องเที่ยวทั้ง 15 แห่ง และควรใส่ไว้ในแผ่นพับสำหรับแจกนักท่องเที่ยวไปพร้อมกัน

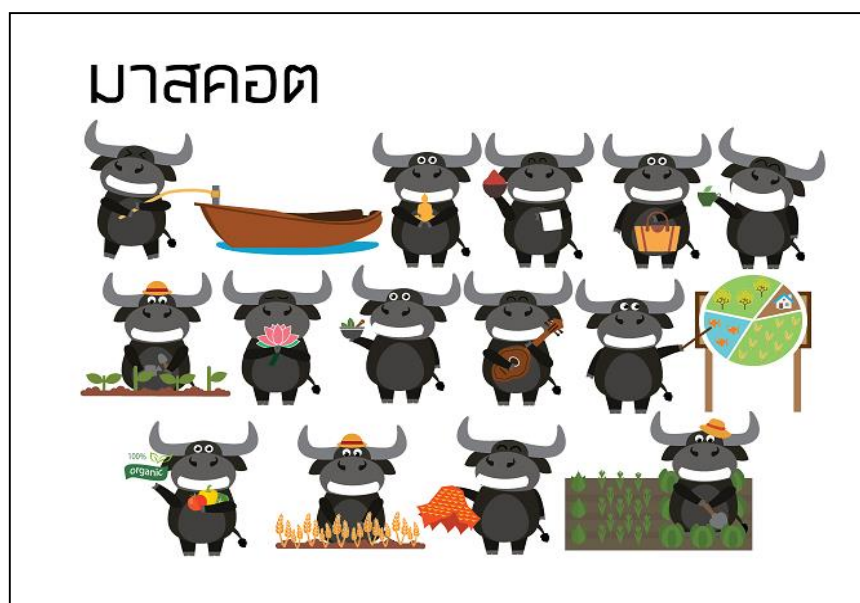
4.4.4 โปสเตอร์แสดงภาพแผนที่ท่องเที่ยวชุมชนคลองโยง 15 จุด พร้อมด้วยประวัติบ้าน คลองโยงพอสังเขป และมาสคอตควายลากจูงเรือ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ที่ประชุมเห็นว่า โปสเตอร์ที่นำเสนอมีภาพที่ดึงดูดใจและข้อมูลสรุปเกี่ยวกับตำบลคลองโยงอยู่แล้ว สามารถติดตามจุดต่างๆ ทั้ง ภายนอกและภายในชุมชน ไม่จำเป็นต้องแก้ไขรายละเอียดใดๆ

4.4.5 สื่อเบ็ดเตล็ดประเภทของที่ระลึก ได้แก่ หมวก ถุงผ้า เสื้อยืด และสแตนดี้ สำหรับใช้ เป็นจุดเช็คอินและถ่ายภาพเป็นที่ระลึกโดยมีตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชนเป็นองค์ประกอบสำคัญในการ ออกแบบเพื่อสร้างการรับรู้และจดจำแก่นักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม จากผลการจัดทำสื่อสร้างสรรค์ทั้ง 5 ประเภท ที่ประชุมมีความเห็นว่าควรนำสื่อที่ออกแบบโดยเฉพาะประวัติความเป็นมา มาสคอต ข้อมูลแผนที่ แสดงจุดท่องเที่ยวหลัก ทั้ง 15 จุดและแผนที่เส้นทางรถเที่ยวชมชุมชนคลองโยงไปใส่ไว้ในแผ่นพับสำหรับ แจกนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่เพื่อการพบปะและดูรายละเอียดข้อมูลได้ง่ายขึ้น และเนื่องจาก พฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่มีความสนใจสื่อใหม่ทำให้ควรมีการออกแบบสติ๊กเกอร์ไลน์ ซึ่งเชื่อมโยงกับมาส คอตที่เคยออกแบบไว้ สำหรับเป็นสื่อแสดงจุดขายสำคัญที่นักท่องเที่ยวจะได้พบเห็นเมื่อเดินทางมาเยี่ยมชม บ้านคลองโยง ซึ่งอาจเป็นสื่อเชิงสร้างสรรค์ที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวบ้านคลองโยงมากขึ้น ทำ

ให้ คณะวิจัยได้นำแนวคิดที่ได้จากเวทีประชาคมมาใช้ในการปรับปรุงสื่อทั้ง 5 ประเภท และจัดทำสื่อเพิ่มเติมอีก 2 ประเภท ได้แก่ สื่อแผ่นพับและสติ๊กเกอร์ไลน์ ทำให้มีสื่อสร้างสรรค์ในขั้นตอนการรับรองและส่งมอบสื่อเชิงสร้างสรรค์ต้นแบบแก่ชุมชนทั้งหมด 7 ประเภท

4.5 การรับรองและส่งมอบสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบแก่ชุมชน ด้วยการนำเสนอผลการผลิตสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบ การประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ การรับรองสื่อโดยผู้เชี่ยวชาญและ/หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน ตลอดจนการส่งมอบนวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบแก่คนในชุมชน โดยคณะผู้วิจัยนำเสนอสรุปผลการศึกษาในขั้นตอนการรวบรวมข้อมูล การร่วมกันออกแบบร่างสื่อสร้างสรรค์ การปรับปรุงร่างสื่อสร้างสรรค์ การจัดทำและพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบที่พัฒนาขึ้นตามคำแนะนำ และชี้ให้เห็นกลยุทธ์การกระจายนวัตกรรมสื่อต้นแบบให้เข้าถึงและดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้เข้าร่วมเวทีชุมชนมีแรงจูงใจในการนำสื่อต้นแบบไปใช้ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนคลองโยงตามแนวโอทอปนวัตวิถีต่อไป ซึ่งผลการจัดเวทีชุมชนพบว่า ที่ประชุมมีความเห็นสอดคล้องกันว่านวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสม สอดคล้องกับข้อมูลพื้นที่และสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนได้อย่างชัดเจน ในทิศทางเดียวกัน และตรงตามวัตถุประสงค์และความต้องการของคนในชุมชน และมีความเป็นไปได้ในการนำไปใช้เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในชุมชนบ้านคลองโยง เนื่องจาก สามารถนำไฟล์สื่อต้นแบบไปใช้ในการให้โรงพิมพ์หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปผลิตและเผยแพร่ได้เลย ดังนี้

4.5.1 ตัวละครหรือมาสคอตต้นแบบ ซึ่งตัดตัวละครที่มีหัวสีแดงออกไป ทำให้เหลือตัวละครหรือมาสคอตต้นแบบ 14 ตัว ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นตัวละครประกอบการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ สื่อภาพเคลื่อนไหวเพื่อนำเสนอผ่านยูทูป เว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ ของฝาก ของที่ระลึก จุดเช็คอินและสแตนด์สำหรับการถ่ายภาพเป็นที่ระลึกในจุดท่องเที่ยวต่างๆได้ ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 ตัวละครหรือมาสคอต ต้นแบบ 14 ตัว

4.5.2 ป้ายแผนที่ท่องเที่ยวต้นแบบที่แสดงจุดท่องเที่ยวหลักของคลองโยงทั้ง 15 จุด เพื่อแนะนำเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยงจากจุดเริ่มต้นตั้งแต่ซุ้มประตูทางเข้าหมู่บ้าน จนถึงจุดสุดท้ายแบบวันเดียวจบ (one day trip) ที่ปรับแก้ไขใหม่มี 2 แบบ ได้แก่ แผนที่ท่องเที่ยวที่แสดงรายการชื่อจุดท่องเที่ยวไว้ด้านล่าง และแผนที่ท่องเที่ยวที่มีมาสกอต ชื่อจุดท่องเที่ยวและ QR Code ในแผนที่ ดังแผนภาพที่ 2 และ 3



แผนภาพที่ 2 ป้ายแผนที่ท่องเที่ยวต้นแบบที่แสดงจุดท่องเที่ยวหลักของคลองโยงทั้ง 15 จุด ไว้ด้านล่าง



แผนภาพที่ 3 ป้ายแผนที่ท่องเที่ยวต้นแบบที่มีชื่อจุดท่องเที่ยว มาสกอต และ QR Code ไว้ในแผนที่

4.5.3 ป้ายแผนที่เส้นทางโดยรอบของชุมชนคลองโยงต้นแบบ ที่ใช้เทคโนโลยี QR Code สำหรับสแกนและดาวโหลดข้อมูลเส้นทาง การขับรถเที่ยวชมบ้านคลองโยงผ่านโทรศัพท์มือถือ และโดยเชื่อมโยงกับ Google map ดังแสดงในแผนภาพที่ 4 โปสเตอร์ต้นแบบแสดงภาพแผนที่ท่องเที่ยวชุมชนคลองโยง 15 จุด ในแผนภาพที่ 5



แผนภาพที่ 4 ป้ายแผนที่ต้นแบบเส้นทางโดยรอบของชุมชนคลองโยง



แผนภาพที่ 5 แสดงโปสเตอร์ต้นแบบชุมชนคลองโยง

แผ่นพับต้นแบบ ซึ่งเวทีประชุมให้ความเห็นว่าควรทำเพิ่มเติม โดยนำข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของบ้านคลองโยง ที่มาของมาสกอต แผนที่ท่องเที่ยวที่ปรับแก้ไข และแผนที่เส้นทางโดยรอบชุมชนคลองโยง วิธีสแกน QR Code และดาวโหลดข้อมูลรายละเอียดของจุดท่องเที่ยว และเส้นทางการเดินไปยังจุดท่องเที่ยวทั้ง 15 จุด ด้วยโทรศัพท์มือถือ พร้อมด้วยตราสัญลักษณ์และสโลแกนชุมชน มาใส่ไว้ในแผ่นพับสำหรับแจกนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวชมบ้านคลองโยง และอาจใส่ไว้ในเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการสืบค้นข้อมูลก่อนเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ดังแสดงในแผนภาพที่ 6 และ 7

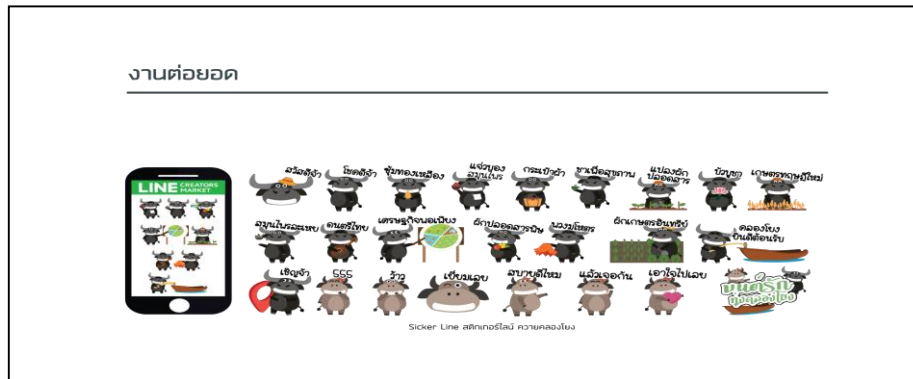


แผนภาพที่ 6 ด้านหน้าของแผ่นพับต้นแบบ



แผนภาพที่ 7 ด้านหลังของแผ่นพับต้นแบบ

สติ๊กเกอร์ไลน์ต้นแบบ ซึ่งมีข้อความต้อนรับ ทักทาย ประชาสัมพันธ์จุดท่องเที่ยว กิจกรรม บริการ และผลิตภัณฑ์ชุมชนต่างๆ ซึ่งสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนคลองโยง รวม 24 ตัว ซึ่งหากชุมชนไม่ได้นำไปใช้เป็น สติ๊กเกอร์ไลน์ ก็สามารถใส่ไว้ในเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์ ทำเป็นสติ๊กเกอร์ติดรถยนต์ หรือตัดแปลงนำไปใช้เป็น องค์กรประกอบในสื่อประชาสัมพันธ์ ณ จุดท่องเที่ยวหรือนำไปต่อยอดสำหรับการออกแบบของที่ระลึกเฉพาะจุด ท่องเที่ยวแต่ละจุดได้ ดังแสดงในแผนภาพที่ 8



แผนภาพที่ 8 สติ๊กเกอร์ไลน์ต้นแบบ

สื่อเบ็ดเตล็ดประเภทของที่ระลึกต้นแบบ ได้แก่ หมวก ถุงผ้า เสื้อยืด และสแตนด์สำหรับใช้เป็นจุด เชื้อคอินและถ่ายภาพเป็นที่ระลึก ซึ่งที่ประชุมไม่มีการปรับแก้ไข



แผนภาพที่ 9 สื่อเบ็ดเตล็ดประเภทของที่ระลึกต้นแบบ

ผลจากการวิจัยได้ข้อสรุปว่า นวัตกรรมสื่อเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ชุมชนตามแนวโอทอปนวัตกรรมวิถีส่งผลดีต่อคนในชุมชน โดย คนในชุมชนเห็นพ้องต้องกันในการนำตราสัญลักษณ์ และข้อความสโลแกนชุมชนที่นำเสนอผ่านภาพการ์ตูนมาสคอตควายและข้อความสโลแกน “มนต์รักทุ่งคลอง โยง” มาใช้ในการพัฒนานวัตกรรมสื่อเชิงสร้างสรรค์ต้นแบบ

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

1. ผลการศึกษานวัตกรรมสื่อสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปวิถีชีวิตของบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่ามีกระบวนการหลัก 5 ขั้นตอน ได้แก่การร่วมกันศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ อัตลักษณ์และสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในบ้านคลองโยง การร่วมกันออกแบบร่างสื่อสร้างสรรค์ การร่วมกันปรับปรุงร่างสื่อสร้างสรรค์ การร่วมกันจัดทำและพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบ และการรับรองและส่งมอบสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบแก่ชุมชน สอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า กระบวนการสร้างสื่อมัลติมีเดียส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในตำบลนางแล จังหวัดเชียงราย มี 6 ขั้นตอน ได้แก่ 1) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลวัฒนธรรมที่น่าสนใจ 2) ออกแบบสื่อมัลติมีเดีย 3) พัฒนาสื่อมัลติมีเดีย 4) ทดสอบระบบ 5) ทดสอบใช้งานจริง และ 6) ประเมินผล (กลชาญ อนันตสมบูรณ์ และคณะ 2560 : 200-201) นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของ ฌ็อง-ฌัก มณีโรจน์ (2560) ที่เสนอว่า การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะประกอบด้วย การวางแผน การจัดการ การนำ การประสานงาน และการควบคุม โดยทุกๆ กระบวนการเน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมพัฒนา ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ และมีส่วนร่วมประเมินผล และผลการศึกษาของ อภิญา บัศกาลา อรุณภาพร (2554 :18) ที่พบว่า การที่ชุมชนและสังคมทั่วไปเห็นคุณค่าของแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมและมีความปรารถนาที่จะสงวนรักษาและสืบสานให้คงอยู่ต่อไปต้องเริ่มต้นจากความเข้าใจในคุณค่าและความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมนั้นๆ ซึ่งเครื่องมือที่ดีที่สุดในการสร้างความเข้าใจคือการตีความและสื่อความหมายด้านคุณค่าและความสำคัญโดยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนำเป็นการสื่อความหมายที่เข้าถึงชุมชนและผู้เยี่ยมชมได้ง่ายและตรงที่สุดวิธีหนึ่ง โดยการสื่อความหมายถือเป็นกระบวนการสำคัญ ที่นำเสนอเรื่องราวที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อความหมายไปยังผู้รับสาร ให้เข้าใจถึงเจตนารมณ์ของผู้ส่งสารผ่านตัวกลางซึ่งอาจจะเป็นตัวโบราณวัตถุ โบราณสถาน พื้นที่แหล่งที่ตั้งหรือการสร้างเรื่องราวจากตัวมรดกทางวัฒนธรรมเอง อันจะนำไปสู่การอนุรักษ์และพัฒนามรดกทางวัฒนธรรมในที่สุด

2. ผลการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ต้นแบบสำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตามแนวโอทอปวิถีชีวิตของบ้านคลองโยงตามความต้องการของชุมชนซึ่งมี 7 ประเภท ได้แก่ มาสคอต สแตนดี้ (Standy) ป้ายแผนที่ท่องเที่ยวซึ่งแสดงจุดท่องเที่ยวทั้ง 15 แห่งของบ้านคลองโยง ป้ายแผนที่เส้นทางโดยรอบของชุมชนคลองโยง โปสเตอร์ แผ่นพับ สติกเกอร์ไลน์ และสื่อเบ็ดเตล็ดประเภทของที่ระลึก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อภิวัฒน์ ปันทะธง จิรวัดน์ พิระสันต์ และนิรัช สุตสังข์ (2555) ที่พบว่าสื่อสิ่งพิมพ์ที่มีความเหมาะสมสำหรับให้ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ประกอบด้วย คู่มืออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว แผ่นพับเพื่อการท่องเที่ยว โปสเตอร์เพื่อการท่องเที่ยวและแผนที่เพื่อการท่องเที่ยว สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สมศักดิ์ คล้ายสังข์ (2560: 290) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการให้มีสื่อประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่มีอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ตลาดหรือประวัติความเป็นมา แนะนำเส้นทางในการเดินทาง เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีข้อมูลมากเพียงพอก่อนเดินทาง

มาท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการได้อีกทางหนึ่ง ทำให้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวและการตลาดควรเป็นสื่อที่สามารถเล่าเรื่องอธิบายความเป็นมา บอกจุดเด่น บอกเส้นทาง ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวไปพร้อมกับการเดินทางท่องเที่ยวและสามารถเข้าถึงได้ง่ายทุกสถานที่ทุกเวลา

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. การให้ความสำคัญกับการนำสื่อต้นแบบไปผลิตและใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยงอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการจัดทำแผนหรือปฏิทินท่องเที่ยวชุมชน และการทำการตลาดผ่านสื่อออฟไลน์ และออนไลน์ควบคู่กัน เพื่อสร้างแรงจูงใจแก่นักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2. การนำสื่อต้นแบบถือเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม เพราะสื่อต้นแบบดังกล่าวถูกกำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชนบ้านคลองโยง ทำให้คนในชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือนในอนาคต

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยดังกล่าวใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเท่านั้น งานวิจัยเรื่องต่อไปอาจใช้วิธีวิจัยแบบผสมหรือการวิจัยกึ่งทดลองเพื่อศึกษาการรับรู้และความเข้าใจความหมายของสื่อสร้างสรรค์ ในทัศนะของนักท่องเที่ยวหรือการศึกษาประสิทธิผลของสื่อสร้างสรรค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลสารสนเทศสำหรับนำไปพัฒนาสื่อสร้างสรรค์เพื่อประโยชน์ในการสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านคลองโยงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. งานวิจัยมีขอบเขตด้านพื้นที่เฉพาะชุมชนบ้านคลองโยง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑลหรือการศึกษาระดับศึกษา งานวิจัยเรื่องต่อไปอาจมีการศึกษาเปรียบเทียบระหว่างพื้นที่ต่างๆ ที่นำแนวคิดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแนวโอทอปนวัตกรรมมาใช้ หรือขยายขอบเขตพื้นที่ศึกษาในระดับอำเภอหรือระดับจังหวัด เพื่อการอธิบายปรากฏการณ์การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น

3. งานวิจัยเรื่องนี้ศึกษาการพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ที่เป็นสื่อแบบทางเดียวเท่านั้น งานวิจัยเรื่องต่อไป ควรต่อยอดศึกษาการสร้างสื่อออนไลน์ที่เน้นปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยวเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่นิยมแสวงหาข้อมูลล่วงหน้าและระหว่างการเดินทาง หรือสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวทางสื่อออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงและขยายฐานนักท่องเที่ยวในวงกว้าง เช่น facebook, application สำหรับสมาร์ตโฟน และแท็บเล็ต นำมาซึ่งรายได้แก่คนในชุมชนบ้านคลองโยงมากขึ้น หรือศึกษาองค์ประกอบการสื่อสารด้านอื่นๆ เช่น ด้านผู้ส่งสาร ด้านสาร ด้านผู้รับสารหรือนักท่องเที่ยว อาทิ การพัฒนาศักยภาพการสื่อสารของบุคลากรการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงเนื้อหา การจัดการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน และ การสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างตราสินค้าการท่องเที่ยวชุมชนโอทอปนวัตกรรมบ้านคลองโยงและการศึกษาความต้องการคาดหวังและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- กลชาญ อนันตสมบุรณ์ ประสิทธิ์ สารภี ชลิดา จันทจิโรวิท และ กฤษณะ สมควร. (2560). ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายในเขตตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ด้วยสื่อมัลติมีเดีย. **วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ, 10(3) :196-207.**
- ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ, 13(2), 25-46.**
- มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2556). การสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมุมมองนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น. **Veridian E-Journal, SU, 6 (1), 548-560**
- มรรษพร สีขาว สุวารีย์ ศรีปุณณะ และรวีวรรณ สนั่นวรเกียรติ. (ม.ป.ป.). รูปแบบการสร้างและพัฒนาสื่อการท่องเที่ยวประเภทเว็บไซต์เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย. **การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 2 สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร : 103-114.** [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2562 จาก <https://research.kpru.ac.th/sac/fileconference/29052018-05-03.pdf>
- วีระพล ทองมา. (2559). การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism :CBT) สำหรับการพัฒนาคอนภาพชีวิตชุมชนในเขตที่ดินป่าไม้. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 19 กันยายน 2562 จาก www.dnp.go.th/fca16/file/i49xy4ghqzsh3j1.doc
- สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2559). **การท่องเที่ยวโดยชุมชน.** [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 8 สิงหาคม 2562 จาก <http://www.cbt-i.or.th/index.php>
- สมศักดิ์ คล้ายสังข์. (2560). การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์และสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดและการท่องเที่ยว. **วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 12 (3) : 285-296.**
- อภิญา บัศคาลา อรุณนภาพร. (2554). แนวทางในการพัฒนาและสื่อความหมายแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่บนเส้นทางรถไฟสายมรณะ. **วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย, 31 (2), 7-20.**
- อภิวัฒน์ ปันทะธง จิรวัดน์ พิระสันต์ และนิรัช สุดสังข์. (2555). การพัฒนาสื่อสิ่งพิมพ์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนรอบอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย. **วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 3 (1), 114-125.**
- Lesego S.S.(2010).Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Khama Rhino Sanctuary Trust, Central District, Botswana. **Tourism Management. 31 (1).** 136-146.
- Waisbord, S. (2014). **The Strategic Politics of Participatory Communication.** In **The Handbook of Development Communication and Social Change .NY: John Willey & Son.**

ทักษะทางวิชาชีพที่จำเป็นสำหรับนักบัญชีองค์กรรัฐวิสาหกิจในศตวรรษที่ 21

: กรณีศึกษาการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคกลาง)

Essential Professional Skills for State Enterprise Accountants in the 21th Century: A Case Study of Provincial Electricity Authority, Area 1 (Central Region)

นุจรี อรามรัตน์พันธุ์*

(Nujaree Aramrattanapan)

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทักษะทางวิชาชีพที่จำเป็นสำหรับนักบัญชีองค์กรรัฐวิสาหกิจตามกรอบมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ ผู้ให้ข้อมูลหลักของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือบุคลากรในหน่วยงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เขต 1 (ภาคกลาง) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง และพนักงาน ผู้ปฏิบัติงานจำนวน 21 คน การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ประเด็นหลักโดยการจำแนกกลุ่มข้อมูลที่ศึกษาตามมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ ฉบับที่ 3 เรื่องการพัฒนาทางวิชาชีพระยะเริ่มแรก (ทักษะทางวิชาชีพ)

ผลการศึกษาพบว่า (1) ทักษะวิชาชีพสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในประเทศไทยในปัจจุบันประกอบด้วย ทักษะทางปัญญา ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ทักษะการจัดการตนเอง และทักษะการจัดการองค์กร (2) ทักษะทางวิชาชีพที่ต้องการสำหรับนักบัญชีในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในศตวรรษที่ 21 ที่มีความสำคัญ ได้แก่ ทักษะการประเมินข้อมูล ทักษะปฏิบัติงานในระดับต้นที่ต้องใช้ความสามารถทางวิชาการในการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย การนำเครื่องมือและเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การประยุกต์ใช้เหตุผล การทำงานเป็นทีม ตระหนักเกี่ยวกับความแตกต่างทางวัฒนธรรมและภาษา เปิดใจกว้างรับโอกาสใหม่ๆ และการประยุกต์ใช้ทักษะการบริหารคน (3) ทักษะทางวิชาชีพที่จำเป็นสำหรับระดับหัวหน้างาน คือ ทักษะทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร และระดับผู้ปฏิบัติงาน คือ ทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาชีพมีความสำคัญและจำเป็นที่จะช่วยให้พัฒนาองค์กรให้ประสบความสำเร็จ ผู้บริหารควรพัฒนาทักษะทางวิชาชีพแก่ผู้ปฏิบัติงานอย่างเร่งด่วน และการพัฒนาหลักสูตรการศึกษาทางวิชาชีพบัญชีของสถานศึกษาควรคำนึงถึงการเสริมสร้างทักษะทางวิชาชีพทั้ง 4 ด้าน คือ ทักษะทางปัญญา ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ทักษะการจัดการตนเอง และทักษะการจัดการองค์กร

คำสำคัญ : ทักษะทางวิชาชีพบัญชี องค์กรรัฐวิสาหกิจ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

*หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (การบัญชี) คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 12110

ภายใต้การควบคุมของ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยมงคล ผลแก้ว

Master of Business Administration (Accounting), the Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi 12110

Corresponding author: nujaree_a@mail.rmutt.ac.th

ABSTRACT

This paper aimed to explore required skills for accountants in the state enterprise based on International Education Standards (IES). The research sample was 21 government officers, consisting of chief executive officers, middle managers, and staff members in the Provincial Electricity Authority, Area 1 (Central Region). The study employed the qualitative research approach. The data were collected by using in-depth interviews and then analyzed by the theme analysis approach by distinguishing the collected data on the basis of Initial Professional Development (Professional Skills), 3rd Issue, International Education Standard or IES3.

The research findings revealed that 1) the current professional skills of accountants in the Provincial Electricity Authority consisted of intellectual, interpersonal, communication, self-management, and organizational management skills. 2) Essential professional skills required of accountants at State Enterprise in the twenty-first century were assessing data, achieving proficiency in assigned tasks, utilizing tools and technology, working as part of a team, recognizing cultural and language differences, being open-minded in accepting new opportunities, and managing people. 3) It was essential for supervisors to have interpersonal and communication skills. It was essential for staff members to have intellectual skills. Professional skills are a necessary part of organizational achievement. Executives should make improving the professional skills of its staff members a priority. In addition, professional accounting programs in educational institutions should take into account the enhancement of professional skills in four aspects: intellectual skills, interpersonal relationships and communication skills, self-management skills, and skills of organizational management.

Keywords: Accounting Professional Skills, State Enterprise, Provincial Electricity Authority

Article history:

Received 30 April 2019

Revised 1 June 2019

Accepted 5 June 2019

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. บทนำ

ศตวรรษที่ 21 เป็นช่วงเวลาที่เกิดการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงหลายประการโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งอุปกรณ์ต่าง ๆ ได้ถูกเชื่อมโยงกับอินเทอร์เน็ต ทำให้มนุษย์สามารถสั่งการและควบคุมการใช้งานอุปกรณ์ต่าง ๆ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ช่วยให้ธุรกิจปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น เป็นพื้นฐานที่นำไปสู่การปฏิรูปแนวทางการทำธุรกิจและยกระดับผลิตภาพในภาคอุตสาหกรรมไทยโดยการเชื่อมโยงทุกสิ่งในโลกเข้าหากันโดยง่ายเช่น คน เครื่องจักร และสินค้าทุกชนิด (มนู อรดิษฐ์เชษฐ, 2560) นอกจากนี้การรวมตัวกันของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนำไปสู่การเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิตได้อย่างเสรี เป็นปัจจัยหนึ่งในการพัฒนาศักยภาพทางการแข่งขันของธุรกิจไปสู่การแข่งขันในระดับสากล (ชัยมงคล ผลแก้ว และคณะ, 2560)

การพัฒนาทักษะทางวิชาชีพเป็นเรื่องสำคัญสำหรับองค์กรเนื่องจากบุคลากรที่มีทักษะการทำงานที่ดีจะช่วยขับเคลื่อนองค์กรไปสู่การประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ (International Education Standards: IES) กำหนดโดยสหพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ (International Federation of Accountants: IFAC) เป็นกรอบแนวคิดที่สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์ให้ความสำคัญและเผยแพร่องค์ความรู้นี้เพื่อให้สถาบันการศึกษาและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิชาชีพบัญชี ได้ตระหนักและนำไปประยุกต์ซึ่งจะช่วยพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีไทยให้สอดคล้องกับสากล พร้อมทั้งจะแข่งขันทั้งในระดับประเทศและระดับสากล

แม้ว่าจะมีงานวิจัยเกี่ยวกับทักษะของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี เช่น การวิเคราะห์การปฏิบัติงานและทักษะที่จำเป็นของนักบัญชีบริหารในบริษัทขนาดใหญ่ (ศรัณย์ ชูเกียรติ และประจิต หาวัฒร, 2548) ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะหลักกับประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี (ศุภมิตร พินิจการ และคณะ, 2553) การเตรียมความพร้อมด้านการศึกษาในทางวิชาชีพบัญชีของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยสำหรับการเปิดเสรีการเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ชัยมงคล ผลแก้ว และคณะ, 2560) สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชี (พงศ์ศิริภาพ ทองศิริวิสุรเกด, 2555) การพัฒนาศักยภาพวิชาชีพบัญชีไทยเมื่อเปิดเสรีทางเศรษฐกิจ (2555) และทักษะทางวิชาชีพบัญชีของนักบัญชีในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ธิพาดา แก้วปัญญา, 2554; ธนกร เกื้อกุลวงศ์, 2554) แต่ยังมีงานวิจัยจำนวนน้อยที่เชื่อมโยงความรู้ความเข้าใจด้านทักษะวิชาชีพบัญชีตาม IES ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดที่สำคัญ ในบริบทของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่มีลักษณะการดำเนินงานที่เฉพาะและซับซ้อน จึงมีประเด็นข้อสงสัยว่า ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีของหน่วยงานดังกล่าวต้องมีทักษะทางวิชาชีพที่จำเป็นใดบ้างในการทำงานในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นวัตถุประสงค์หลักในการวิจัยครั้งนี้ โดยบทความนี้ได้นำเสนอบทนำ วัตถุประสงค์การวิจัย การทบทวนวรรณกรรม วิธีการดำเนินการวิจัย ผลการวิจัย การอภิปรายผล และข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาทักษะทางวิชาชีพที่จำเป็นสำหรับนักบัญชีองค์กรรัฐวิสาหกิจตามกรอบมาตรฐานการศึกษา ระหว่างประเทศ ฉบับที่ 3

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

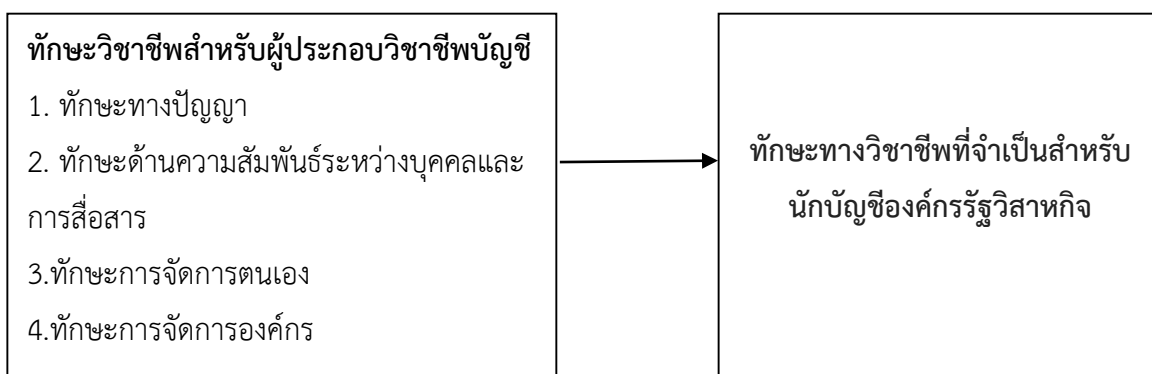
การศึกษาครั้งนี้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับทักษะวิชาชีพบัญชีตาม IES ฉบับที่ 3 เรื่อง การพัฒนาทางวิชาชีพพระยะเริ่มแรก – ทักษะทางวิชาชีพ มาเป็นแนวทางในการศึกษา

IES 3 ถูกกำหนดโดยสหพันธ์นักบัญชีระหว่างประเทศ เป็นมาตรฐานการศึกษาที่อธิบายถึงทักษะทางวิชาชีพที่ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องแสดงให้เห็นก่อนที่จะสิ้นสุดการพัฒนาทางวิชาชีพพระยะเริ่มแรก ประกอบด้วยทักษะสำคัญ 4 ด้านคือ ทักษะด้านปัญญา ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร การจัดการตนเอง และการจัดการองค์กร แต่ละด้านจะมีผลการเรียนรู้ดังที่ได้นำเสนอในผลการวิจัย ซึ่งการศึกษานี้จะศึกษาว่าทักษะด้านใดที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจไทย

ทักษะแนวคิดที่สำคัญในการดำเนินชีวิตในศตวรรษที่ 21 มี 3 กลุ่ม คือ 1) ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม 2) ทักษะชีวิตและการทำงาน และ 3) ทักษะด้านสารสนเทศ ซึ่งเป็นการกำหนดแนวทางในการจัดการเรียนรู้โดยสร้างรูปแบบและแนวทางปฏิบัติในการเสริมสร้างประสิทธิภาพ โดยเน้นที่องค์ความรู้ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ และสมรรถนะที่เกิดกับตัวผู้เรียนเพื่อใช้ในการดำเนินชีวิตในยุคสังคมแห่งความเปลี่ยนแปลง (วิจารณ์ พานิช, 2555)

การเรียนรู้ตามทฤษฎีของ Bloom's Taxonomy คือ กระบวนการของประสบการณ์ที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมก่อนข้างถาวรโดยเป็นผลจากการฝึกฝน และความถี่ของพฤติกรรมที่เพิ่มขึ้น ทฤษฎีการเรียนรู้ของ Bloom ได้แบ่งการเรียนรู้ออกเป็น 6 ระดับ ได้แก่ ความรู้ที่เกิดจากความจำ ความเข้าใจ การประยุกต์ การวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การประเมินค่า (Anderson & Krathwohl 2001) นอกจากนี้ เสรี วงษ์มณฑา (2542) ได้แบ่งการเรียนรู้ว่าประกอบด้วยปัจจัย 3 ด้าน คือ ความรู้ ประสบการณ์ตรง การเชื่อมโยงอีกด้วย

กรอบแนวคิดในการวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นแนวทางในการวิจัยที่แสวงหาความจริงในสภาพที่เป็นอยู่โดยธรรมชาติ มองภาพรวมทุกมิติ ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถอธิบายเหตุการณ์หรือค้นหาคำตอบของปัญหาในเชิงลึก สร้างความเข้าใจมากยิ่งขึ้น (แววดาว พรหมเสน, 2554) ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อค้นหาคำตอบและอธิบายว่าทักษะทางวิชาชีพที่จำเป็นในปัจจุบันและอนาคตมีลักษณะเป็นอย่างไร

การวิจัยครั้งนี้ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกเป็นเครื่องมือหลัก โดย 1) จัดทำแบบสัมภาษณ์ซึ่งประกอบด้วยคำถามสองตอน ตอนที่ 1 เป็นคำถามสถานภาพของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับทักษะวิชาชีพ 2) ทดสอบความเหมาะสมของคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ โดยผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นว่า แบบสัมภาษณ์มีความเหมาะสมและสามารถใช้ได้ อย่างไรก็ตามก็ตีความรู้และทักษะในการสัมภาษณ์ของผู้วิจัยมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อให้ได้คำตอบที่ต้องการ ผู้วิจัยสามารถปรับเปลี่ยนคำถามการวิจัยได้อย่างเหมาะสม 3) ติดต่อผู้ให้สัมภาษณ์โดยการส่งจดหมายเชิญและตัวอย่างข้อความคำถามในแบบสัมภาษณ์

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิโดยใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกแบบตัวต่อตัวกับ ผู้บริหารระดับสูง ผู้บริหารระดับกลาง และพนักงานผู้ปฏิบัติงานหน้างาน จำนวน 21 คน ซึ่งเป็นบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในการการสรรหาและคัดเลือกนักบัญชี ผู้วิจัยเลือกกรณีศึกษาการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 ซึ่งประกอบด้วยการไฟฟ้า 7 แห่ง ได้แก่ จังหวัดอ่างทอง จังหวัดสระบุรี จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จังหวัดนครนายก จังหวัดปทุมธานี จังหวัดปราจีนบุรี และจังหวัดสระแก้ว เนื่องจากเป็นการไฟฟ้าจตุรรวมงาน ซึ่งมีหน้าที่ดูแล กำกับ การไฟฟ้าในพื้นที่จังหวัดนั้น สำหรับข้อมูลทุติยภูมินั้น ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากตำรา เอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์ เพื่อศึกษาแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับทักษะวิชาชีพของนักบัญชี การวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิเคราะห์ประเด็นหลัก (Theme Analysis) โดยการจำแนก จัดกลุ่มข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษาตามกรอบแนวคิดอันได้แก่ ทักษะทางวิชาชีพตามมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ กับความเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์ เพื่ออธิบายถึง ทักษะทางวิชาชีพที่จำเป็นสำหรับนักบัญชีองค์กรรัฐวิสาหกิจวิธีการดังกล่าวช่วยให้ผู้วิจัยสามารถสรุปประเด็นและนำมาตีความได้อย่างชัดเจน

4. ผลการวิจัย

ผลการสำรวจทักษะวิชาชีพที่จำเป็นสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในประเทศไทย ประกอบด้วยทักษะที่จำเป็นดังนี้ 1) ทักษะทางปัญญา นักบัญชีจะต้องมีทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูล มีความรู้ความสามารถในการตรวจสอบข้อมูลทางบัญชี สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว 2) ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร นักบัญชีที่ดีต้องมีทักษะในการปฏิบัติงานร่วมกับผู้อื่น สามารถทำงานเป็นทีม สามารถแบ่งปันความรู้ให้กับผู้อื่นได้ทั้งภายในและภายนอกองค์กร สามารถสื่อสารกับผู้อื่นได้อย่างชัดเจน ต้องมีการพัฒนาตนเองในการเรียนรู้วัฒนธรรมและภาษาที่มีความแตกต่างอย่างมีคุณภาพ 3) ทักษะการจัดการตนเอง นักบัญชีต้องเป็นผู้ที่มีทักษะในการวางแผนในการปฏิบัติงานและมีแนวทางการแก้ไขปัญหาที่มีความเป็นไปได้ ซึ่งจะทำให้มีแนวทางการปฏิบัติงานที่ถูกต้องและมีความเหมาะสม 4) ทักษะการจัดการองค์กร นักบัญชีจะต้องสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้เกิดประโยชน์กับงานต่างๆ

อย่างถูกต้อง สามารถนำข้อมูลที่จัดทำมาประยุกต์ใช้จัดระเบียบงาน ง่ายต่อการวางแผนเพื่อสร้างกลยุทธ์และ การบริหารงานขององค์กร นักบัญชีที่ดีควรปฏิบัติงานตามกระบวนการงานที่ถูกต้องและสำเร็จภายในระยะเวลาที่ กำหนดเพื่อป้องกันการเกิดความเสียหายต่อการปฏิบัติงาน

ผลการศึกษาความต้องการทักษะวิชาชีพบัญชีของนักบัญชีในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในศตวรรษที่ 21 สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ทักษะวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นของนักบัญชีในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในศตวรรษที่ 21

ทักษะวิชาชีพ	ผลการเรียนรู้	ผู้บริหารระดับ		พนักงานปฏิบัติงาน
		สูง	กลาง	
ด้านปัญญา	1. ประเมินข้อมูลจากแหล่งข้อมูลและแง่มุมที่หลากหลายผ่านการวิจัย การวิเคราะห์ และบูรณาการ	สามารถวิเคราะห์ข้อมูลหาสาเหตุได้	วิเคราะห์ข้อมูลจากแผนกต่างๆที่ต่อเนื่องกับแผนกบัญชีได้	มีทักษะการวิเคราะห์ รายได้ ค่าใช้จ่าย และต้นทุน
	2. ประยุกต์ใช้ดุลยพินิจ เยี่ยงผู้ประกอบการวิชาชีพ ซึ่งรวมถึงการระบุและการประเมินทางเลือก เพื่อให้ได้ข้อสรุป	สามารถประเมินหาแนวทางการแก้ไขปัญหาเพื่อนำเสนอผู้บริหาร	มีทักษะกาปฏิบัติงานที่หลากหลาย หาข้อสรุปในเหตุการณ์ต่างๆ ได้	มีความสามารถในการพิจารณาทางเลือกในการปฏิบัติงาน
	3. ระบุได้ว่าเมื่อใดสมควรที่จะปรึกษาผู้เชี่ยวชาญในการแก้ปัญหาและการหาข้อสรุป	สามารถถกแถลงกรองข้อมูลเพื่อนำมาปรึกษาเพื่อช่วยในการแก้ไขปัญหา	สามารถแก้ไขปัญหาเบื้องต้นได้และตรงจุด สามารถตัดสินใจปัญหาได้อย่างสมเหตุสมผล ซึ่งนำไปมาเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ เพื่อให้ได้ข้อสรุปต่างๆ	สามารถหาแนวทางการปรึกษา ในการแก้ไขปัญหาต่างๆ
	4. ประยุกต์ใช้เหตุผล การวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ และการคิดเชิงนวัตกรรมในการแก้ปัญหา	สามารถนำข้อมูลต่างๆ มาประกอบในการทำงานให้เกิดประโยชน์สูงสุด	มีการนำความรู้และประสบการณ์ต่างๆ ไปใช้ในการแก้ไขปัญหา	ใช้เหตุผลประกอบการคิด การวิเคราะห์การแก้ไขปัญหา

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ทักษะ วิชาชีพ	ผลการเรียนรู้	ผู้บริหารระดับ		พนักงาน ผู้ปฏิบัติงาน
		สูง	กลาง	
ด้านปัญญา (ต่อ)	5.เสนอแนะวิธีแก้ไข ปัญหาที่ไม่มีรูปแบบและ ซับซ้อนในหลายแง่มุม	สามารถนำแนว ทางการแก้ไข ปัญหาจากหลาย ส่วนงานมาเลือก ประเด็นปัญหาเพื่อ ผลลัพธ์ที่ดีที่สุด	มีทักษะในการถ่ายทอด ที่กระชับ ฉับไว และ เข้าใจง่าย พร้อมทั้ง นำเสนอวิธีการแก้ไข ปัญหาในหลายรูปแบบ ให้สามารถเข้าใจได้ง่าย	มีความสามารถในการ แนะนำแนวทางแก้ไข ปัญหาที่ไม่ซับซ้อน
ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และการ สื่อสาร	1.ให้ความร่วมมือและ ทำงานเป็นทีม เพื่อ ปฏิบัติงานให้บรรลุ เป้าหมายองค์กร	ต้องมีทักษะการ ปฏิบัติงานร่วมกับ ผู้อื่น ในการทำงาน เป็นทีม	มีภาวะผู้นำ มีความ รับผิดชอบ สามารถ จัดการงานที่ได้รับ มอบหมายได้อย่างมี ประสิทธิภาพ	สามารถปฏิบัติ งานที่เกิดจากการ รวมกลุ่มเพื่อพัฒนา องค์กรไปในทิศทางที่ดี ขึ้น
	2.สื่อสารอย่างชัดเจน และกระชับเมื่อนำเสนอ อภิปรายและรายงานใน สถานการณ์ที่เป็น ทางการและไม่เป็นและ ทางการ ทั้งในรูปแบบที่ เป็นลายลักษณ์อักษร และโดยวาจา	สามารถสื่อสารงาน กับผู้ปฏิบัติได้อย่าง ชัดเจน	มีความกล้าแสดงออก มี ความคิดสร้างสรรค์ สามารถสื่อสาร นำเสนอ วิสัยทัศน์ในด้านการ นำเสนอที่หลากหลาย	นำเสนอรายงานแบบ เข้าใจง่ายและกระชับ
	3.แสดงให้เห็นถึงความ ตระหนักเกี่ยวกับความ แตกต่างทางวัฒนธรรม และภาษาในการสื่อสาร ทุกรูปแบบ	ต้องพัฒนาด้านการ เรียนรู้วัฒนธรรม และภาษา วัฒนธรรมที่ต่างกัน อย่างมีคุณภาพ	ต้องมีการพัฒนาการ ทำงานทั้งด้านภาษา วัฒนธรรม และทักษะ วิชาชีพต่างๆ	ให้ความสำคัญกับ ความแตกต่างทาง วัฒนธรรม การสื่อสาร
	4.ประยุกต์เทคนิคการ ฟังเชิงรุก การสัมภาษณ์ที่มี ประสิทธิภาพ	สามารถคิด วิเคราะห์แยก ประเด็นในการฟัง ได้	สามารถฟัง วิเคราะห์ และนำไปประยุกต์ใช้ใน การปฏิบัติงาน	ใช้ทักษะในการฟัง ประยุกต์ใช้อย่างมี ประสิทธิภาพ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ทักษะ วิชาชีพ	ผลการเรียนรู้	ผู้บริหารระดับ		พนักงาน ผู้ปฏิบัติงาน
		สูง	กลาง	
ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล และการ สื่อสาร (ต่อ)	5.ประยุกต์ใช้ทักษะการ ต่อรองมาใช้เพื่อหาทาง แก้ปัญหาและข้อตกลง ร่วมกัน	มีความรู้ ความสามารถใน การต่อรองการ แก้ปัญหา	สามารถใช้จิตวิทยามาใช้ ให้เป็นประโยชน์ในการ ทำงานร่วมกับผู้อื่นเพื่อ ต่อรองและช่วยกันแก้ไข ปัญหาในห้องกรบรรล วัตถุประสงค์ต่างๆ	มีทักษะในการเจรจา ต่อรองในการ ปฏิบัติงานหรือ ร่วมงานกับผู้อื่นเพื่อให้ ได้ข้อตกลงและเป็นที่ยอมรับ
	6.ประยุกต์ใช้ทักษะการ ให้คำปรึกษาเพื่อลดหรือ แก้ไขข้อขัดแย้ง แก้ไข ปัญหา และสร้างโอกาส ให้ได้มากที่สุด	มีทักษะทางด้าน การมีมนุษย สัมพันธ์ที่ดี สามารถเป็นที่ ปรึกษาให้กับผู้อื่น	ปรึกษาผู้มีความรู้ หรือมี ประสบ- การณ์ในการปฏิบัติงาน เพื่อลด หรือแก้ไขปัญหา	มีความสามารถในการ ให้คำปรึกษาในการ แก้ไขปัญหาต่างๆ
	7.นำเสนอความคิดและ โน้มน้าวใจผู้อื่นเพื่อให้ เกิดการสนับสนุนและมี พันธสัญญาร่วมกัน	มีทักษะการโน้มน้าว ผู้อื่นให้เกิดการ สนับสนุนการ ปฏิบัติงาน	สามารถนำเสนอแนวคิด ใหม่ๆ การจัดทำ นวัตกรรมเพื่อช่วยใน การปฏิบัติงาน	สามารถทำให้ผู้ฟังมี ความคิดเห็นไปใน ทิศทางเดียวกัน
การจัดการ ตนเอง	1.แสดงให้เห็นถึงความ มุ่งมั่นในการเรียนรู้ ตลอดชีวิต	มีความสามารถในการ นำทรัพยากร อื่นมาประยุกต์กับ งาน เพื่อการเรียนรู้ สิ่งใหม่ๆตลอดชีวิต	มีความกระตือรือร้นที่จะ เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และพัฒนาตนเองไปใน ทิศทางที่ดีขึ้นอยู่เสมอ	มีความมุ่งมั่นในการ เรียนรู้สิ่งต่างๆ ตลอดเวลา
	2.ประยุกต์ใช้ความสงสัย เยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพ ในการตั้งคำถามและ ประเมินข้อมูลทั้งหมด เชิงวิพากษ์	ปฏิบัติงานอยู่บน พื้นฐานความระมัด ระวังสงสัยอย่างมี หลักการ	มีความคิด ความสนใจ และสามารถแก้ไขปัญหา ต่างๆ และทำงานด้วย ความเข้าใจ อยู่บน พื้นฐานตามหลักการ และเหตุผล	มีเทคนิคในการตั้ง คำถามและการ พิจารณาประเมิน ข้อมูล
	3.จัดการเวลาและ ทรัพยากรเพื่อให้บรรลุ ข้อกำหนดทางวิชาชีพ	สามารถบริหาร เวลาและทรัพยากร ขององค์กรได้	สามารถปฏิบัติ งานที่ได้รับมอบ หมายได้ตรงตามเวลา และทรัพยากรที่กำหนด	ทราบถึงกระบวนการ การทำงานด้านบัญชี และ มีการจัดระเบียบงานที่ ทำ

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ทักษะ วิชาชีพ	ผลการเรียนรู้	ผู้บริหารระดับ		พนักงาน ผู้ปฏิบัติงาน
		สูง	กลาง	
การจัดการ ตนเอง (ต่อ)	4.ปฏิบัติงานในระดับต้น ที่ต้องใช้ความสามารถ ทางวิชาการภายใต้การ กำกับ แนะนำ ตรวจสอบ ปฏิบัติงานอื่น ตามที่ได้รับมอบหมาย และติดตามผลงานของ ตนเองโดยใช้ข้อมูล ป้อนกลับจากผู้อื่น และ การไตร่ตรองด้วยตนเอง	มีการปฏิบัติงาน อย่างถูกต้องมี ความเป็นธรรม สูงสุด	มีทักษะในการกำหนด แผนงานและมาตรฐาน ของงาน	มีการติดตามผลของ งานที่เกิดจากการ ปฏิบัติงานได้
		5.คาดการณ์ความทำ หายและวางแผนหาทาง แก้ปัญหาที่เป็นไปได้	สามารถวาง แผนการแก้ไข ปัญหาได้เป็นอย่างดี	ควรมีทักษะในการ วางแผนงานและแนว ทางการแก้ปัญหาที่มี ความเป็นไปได้สูงสุด
	6.เปิดใจกว้างรับโอกาส ใหม่ๆ ที่เข้ามา	มีการพัฒนาตนเอง อยู่เสมอจะทำให้ เกิดโอกาสในการ ทำงานมากขึ้น	มีความสามารถในการ แก้ปัญหาเฉพาะได้ระดับ ที่ดี ยอมรับสิ่งใหม่ๆ ที่ เข้ามา ไม่ปิดกั้นนำมาใช้ ในการแก้ไขปัญหอย่าง มีประสิทธิภาพ	พัฒนาตนเองทั้งด้าน วิชาการและภาษาให้ เป็นมาตรฐาน จะเกิด การสร้างโอกาสให้กับ ตนเอง
การจัดการ องค์กร	1.การปฏิบัติงานที่ได้รับ มอบหมายตามแนว ปฏิบัติที่ระบุไว้ภายใน ระยะเวลาที่กำหนด	มีการกำหนด ช่วงเวลาในการ ทำงานให้เป็น ไปตามแผนการ ปฏิบัติงาน	ควรมีการวางแผนจัด ระเบียบงานที่ทำให้ เป็นไปตามแผนเพื่อ ป้องกันการเกิดความ เสียหาย ล่าช้า	สามารถทำงานที่ได้รับ มอบหมายได้ใน ระยะเวลาที่กำหนด
		2.ประยุกต์ใช้ทักษะการ บริหารคนในการสร้าง แรงจูงใจและพัฒนาผู้อื่น	มีทักษะการจูงใจ ในการพัฒนา ตนเองและผู้อื่น	ต้องมีทักษะในการ บริหารบุคคลในการ ทำงาน จัดสรรบุคคลให้ ถูกต้องกับหน้าที่

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ทักษะวิชาชีพ	ผลการเรียนรู้	ผู้บริหารระดับ		พนักงานผู้ปฏิบัติงาน
		สูง	กลาง	
การจัดการองค์กร (ต่อ)	3.สอบทานงานของตนเองและของผู้อื่นเพื่อประเมินว่างานนั้นเป็นไปตามมาตรฐานคุณภาพขององค์กรหรือไม่	ต้องมีการตรวจทานงานให้มีความถูกต้องด้วยตนเองก่อนและตรวจทานผู้อื่น	มีการตรวจสอบงานแก้ไขงานก่อนนำส่งผู้บังคับบัญชาได้ เพื่อประเมินความถูกต้องของงาน	มีทักษะการตรวจสอบงานให้เป็นไปตามมาตรฐาน
	4.ประยุกต์ใช้ทักษะการกระจายงานในการมอบหมายงาน	ใช้ทักษะการมอบหมายงานในการปฏิบัติงาน	สามารถมอบหมายงานและจัดระเบียบงานได้เป็นอย่างดี	มีทักษะในการบริหารงานจัดการงานที่ได้รับมอบหมาย
	5.ประยุกต์ใช้ทักษะความเป็นผู้นำเพื่อโน้มน้าวใจผู้อื่นในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายองค์กร	ต้องมีการเป็นภาวะผู้นำเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรในอนาคต	มีทักษะสร้างแรงจูงใจให้เพื่อนพนักงานปฏิบัติงานบรรลุตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ	ใช้ทักษะความเป็นผู้นำในการปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์
	6.นำเครื่องมือและเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล และการตัดสินใจที่ดีขึ้น	สามารถนำข้อมูลและเทคโนโลยีมาช่วยในการปฏิบัติงาน	นำเทคโนโลยีมาใช้ในการวางแผนเพื่อสร้างกลยุทธ์ในการบริหารงานในอนาคตได้	เป็นผู้พิจารณาและตัดสินใจในการนำข้อมูลต่างๆ มาใช้กับงานอย่างถูกต้อง

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นถึงความต้องการทักษะวิชาชีพบัญชีของนักบัญชีในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจ ในศตวรรษที่ 21 ในทัศนะของผู้บริหารระดับสูง ระดับกลาง และผู้ปฏิบัติงาน จะเห็นว่าทักษะวิชาชีพสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นและต้องการของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในประเทศไทย มีความสอดคล้องกับทักษะทางวิชาชีพที่ระบุไว้ในมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ ฉบับที่ 3 กล่าวคือ ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีจะต้องมีทักษะครบทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ทักษะทางปัญญา ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ทักษะการจัดการตนเอง และทักษะการจัดการองค์กร

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาข้างต้น พบว่าทักษะวิชาชีพสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่จำเป็นและต้องการของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในประเทศไทย มีความสอดคล้องกับ IES 3 และทักษะการเรียนรู้แห่งศตวรรษที่ 21 ของ วิจารณ์ พานิช (2555) ซึ่งเมื่อพิจารณาทักษะในแต่ละด้านพบว่า

ทักษะทางปัญญา ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในประเทศไทยจะต้องมีทักษะสำคัญได้แก่ การประเมินข้อมูลจากแหล่งข้อมูลและแง่มุมที่หลากหลายผ่านการวิจัย การวิเคราะห์ และการบูรณาการ และการประยุกต์ใช้เหตุผล การวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ และการคิดเชิงนวัตกรรมในการแก้ปัญหา ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ อธิพาด แก้วปัญญา (2554) และเป็นไปตามมาตรฐานการศึกษา ระหว่างประเทศฉบับที่ 3 ที่ว่าทักษะทางปัญญาจะทำให้สามารถแก้ไขปัญหา ตัดสินใจ และใช้ดุลยพินิจที่ดี สามารถแก้ไขสถานการณ์ที่ซับซ้อนขององค์กรได้ นอกจากนี้เทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญต่อการปฏิบัติงานมากขึ้น และสอดคล้องกับ วิจารณ์ พานิช (2555) ซึ่งได้กล่าวไว้เกี่ยวกับทักษะการเรียนรู้แห่งศตวรรษที่ 21 ว่านักบัญชีจะต้องศึกษาหาความรู้และพัฒนาตนเองอยู่เสมอโดยเฉพาะอย่างยิ่งทักษะด้านสารสนเทศและเทคโนโลยี

ทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและการสื่อสาร ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในประเทศไทยจะต้องมีทักษะสำคัญ ได้แก่ การให้ความร่วมมือและทำงานเป็นทีม แสดงให้เห็นถึงความตระหนักเกี่ยวกับความแตกต่างทางวัฒนธรรมและภาษา และการนำเสนอความคิดและโน้มน้าวใจผู้อื่น ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ ศรีนัย ชูเกียรติ และประจิต หาวัตตร (2548) วิจารณ์ พานิช (2555) ที่ว่าทักษะดังกล่าวจะช่วยให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีทำงานร่วมกับผู้อื่นเพื่อให้เกิดการสนับสนุนและมีพันธสัญญาร่วมกัน แสดงให้เห็นความสำคัญในการสื่อสารทุกรูปแบบ และเป็นไปตามมาตรฐานการศึกษา ระหว่างประเทศฉบับที่ 3 ที่ว่า ทักษะดังกล่าวจะช่วยให้ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีทำงานร่วมกับผู้อื่นในองค์กรได้เป็นอย่างดี

ทักษะการจัดการตนเอง ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในประเทศไทยจะต้องมีทักษะสำคัญได้แก่ การประยุกต์ความสามารถทางวิชาในการกำกับ แนะนำ ตรวจสอบ ปฏิบัติงานอื่นตามที่ได้รับมอบหมาย และติดตามผลงานของตนเองโดยใช้ข้อมูลป้อนกลับจากผู้อื่นและการไตร่ตรองด้วยตนเอง การคาดการณ์ความท้าทายและวางแผนหาทางแก้ปัญหาที่เป็นไปได้ และเปิดใจกว้างรับโอกาสใหม่ๆ ที่เข้ามา ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ พงศ์ศิริภพ ทองศิริวิสุรเกตุ (2555) และเป็นไปตามมาตรฐาน การศึกษาระหว่างประเทศฉบับที่ 3 ที่ว่า ทักษะทางคุณลักษณะเฉพาะบุคคล หมายถึง ทักษะคิดและพฤติกรรมของผู้ประกอบวิชาชีพ ซึ่งการพัฒนาทักษะเหล่านี้จะช่วยในการเรียนรู้และปรับคุณลักษณะเฉพาะบุคคล

ทักษะการจัดการองค์กร ผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีของหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในประเทศไทยจะต้องมีทักษะสำคัญได้แก่ การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายตามแนวปฏิบัติที่ระบุไว้ภายในระยะเวลาที่กำหนด ประยุกต์ใช้ทักษะการบริหารคนในการสร้างแรงจูงใจและพัฒนาผู้อื่น และการนำเครื่องมือและเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผล ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ อธิพาด แก้วปัญญา (2554) และเป็นไปตามมาตรฐานการศึกษา ระหว่างประเทศฉบับที่ 3 ที่ว่า ผู้ประกอบวิชาชีพต้องมี

ทุกองค์ประกอบขององค์กร ที่จะต้องมีความรู้ในทุกๆ ด้าน และด้านธุรกิจมากขึ้นและตระหนักในเรื่องการเมือง และมุมมองแบบรอบโลก

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาพบว่าทักษะทางวิชาชีพที่ต้องการสำหรับนักบัญชีในหน่วยงานรัฐวิสาหกิจใน ศตวรรษที่ 21 มีความหลากหลายซึ่งหน่วยงานรัฐวิสาหกิจหรือองค์กรอื่นๆ อาจนำไปใช้เป็นแนวทางในการ พัฒนาระบบการคัดเลือกบุคคลเข้าทำงาน หรือแผนการพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะทางวิชาชีพดังกล่าว ซึ่งจะ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานให้มากขึ้น นอกจากนี้สถานศึกษาที่เปิดสอนหลักสูตรทางด้านวิชาชีพบัญชี ควรพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตรโดยคำนึงถึงทักษะทางวิชาชีพที่จำเป็นดังกล่าวโดยการสอดแทรกความรู้และ กิจกรรมเสริมหลักสูตรเพื่อให้นักศึกษาได้ฝึกฝนทักษะการดังกล่าวข้างต้น คือ (1) หลักสูตรการพัฒนาทักษะ วิชาชีพสำหรับนักบัญชีในศตวรรษที่ 21 (2) หลักสูตรการบริหารจัดการงานด้านบัญชีสำหรับผู้บริหาร และ (3) กิจกรรมเสริมสร้างคุณธรรม และจริยธรรมสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้ศึกษาทักษะทางวิชาชีพบัญชีตามกรอบมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ ฉบับที่ 3 เรื่อง การพัฒนาทักษะวิชาชีพระยะเริ่มแรก-ทักษะทางวิชาชีพ ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไปอาจจะขยาย ขอบเขตการศึกษาให้ครอบคลุมทักษะทักษะทางวิชาชีพบัญชีตามกรอบมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ ฉบับที่ 2 เรื่อง การพัฒนาทางวิชาชีพระยะเริ่มแรก ความรู้ความสามารถเชิงเทคนิค และฉบับที่ 4 เรื่อง ค่านิยม จรรยาบรรณ และทัศนคติทางวิชาชีพ

เอกสารอ้างอิง

- ชัยมงคล ผลแก้ว กุสุมา ดำพิทักษ์ สายจิต วัชรสินธุ์ กิ่งกาญจน์ มูลเมือง และ นภาพร เตรียมมีฤทธิ์. (2560). การเตรียมความพร้อมด้านการศึกษาในทางวิชาชีพบัญชีของสถาบันอุดมศึกษาในประเทศไทยสำหรับการ เปิดเสรีการค้าเคลื่อนย้ายแรงงานเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *RMUTT Global Business and Economics Review*, 12 (1), 145-160
- ธภมร เกื้อกุลวงศ์. (2554). ความต้องการของนักบัญชีในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จังหวัด เชียงใหม่ในการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพ. การค้นคว้าอิสระ บัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธิพาตา แก้วปัญญา. (2554). การประเมินทักษะทางวิชาชีพบัญชีในสังกัดของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคเขต 1 (ภาคเหนือ) จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ บัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- พงศ์ศิริภาพ ทองดีวิสุรเกตุ. (2555). สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชี : มุมมองผู้บริหารงานสายบัญชีในเขต
นิคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ บัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจ
บัณฑิต.
- มนู อรดีเชษฐ ชูรกิจ. (2558). **ธุรกิจในศตวรรษที่ 21**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2562. จาก
<http://www.creativevill.com>.
- แววดาว พรหมเสน. (2554). การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ. **วารสารมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน, 4** (1), 95-102
- วิจารณ์ พาณิช. (2555.) **การสร้างการเรียนรู้สู่ศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิสยามกัมมาจล.
- ศรัณย์ ชูเกียรติ และประจิต หาวัตร. (2548). การวิเคราะห์การปฏิบัติงานและการสำรวจทักษะที่จำเป็นของ
นักบัญชีบริหารในบริษัทขนาดใหญ่. **วารสารวิชาชีพบัญชี, 1** (2), 32-43
- ศุภมิตร พินิจการ และคณะ. (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะหลักกับประสิทธิภาพการทำงานของนัก
บัญชีกรมสรรพสามิต. **วารสารการบัญชีและการจัดการ, 2** (2), 23-35
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **กลยุทธ์การตลาด การวางแผนการตลาด**. กรุงเทพมหานคร : ธีระฟิล์ม และไซ
เท็กซ์.
- Anderson, L W, & Krathwohl D R. (2001). **A Taxonomy for Learning, Teaching, and
Assessing: A Revision of Bloom's Taxonomy of Educational Objectives**. NewYork:
Longman.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย
Factors influencing purchasing decision of online bakery course among
Via Facebook Fan page in Thailand.

ลภัสวีณ์ เลียงเจริญสุข*
(Lapassawee Liangjaroensuk)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย 2) ศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล (6 P's) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย โดยมีตัวแปรต่าง ๆ ได้แก่ ตัวแปรด้านปัจจัยส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และตัวแปรด้านส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัลประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย การให้บริการแบบเฉพาะเจาะจง และการรักษาความเป็นส่วนตัว กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ที่เป็นสมาชิกของ Facebook Fan page เบเกอรี่โฮโฮตี้ ที่ตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ใน 1 ปีที่ผ่านมา จำนวน 400 คน ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการทางสถิติได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน

2. ส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล (6 P's) ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย สมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น คือ

$$\hat{Y}_1 = 0.948 + 0.156(x_1) + 0.221(x_2) + 0.143(x_3) + 0.244(x_4)$$

คำสำคัญ : ส่วนประสมการตลาด พฤติกรรมผู้บริโภค คอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ เฟสบุ๊ก แฟนเพจ

*วิทยานิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะบริหารธุรกิจ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ 11120

ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ ดร.สรชาติ รังคะภูติ

Thesis Master of Business Administration Modern Trade Management Panyapiwat Institute of Management 11120

Corresponding author: pookanijung@gmail.com

ABSTRACT

This research aimed to study the marketing mix (6 P's) which influence a consumer decision to buy bakery courses online via Facebook in Thailand. For this study, the independent variables were demographic factors including gender, age, educational level, occupation, income and the digital marketing mix factors including product, price, place, promotion, personalization, privacy. The research samples were 400 members of bakery society Facebook Fan page. Data were collected by using the questionnaire. The statistical methods used in data analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test, One-Way ANOVA and multiple regression analysis.

The results of hypothesis test showed that the demographic factors including gender, age, education level, occupation, income had not influenced on purchase decisions of online bakery course via Facebook Fan page. Moreover, the digital marketing mix (6 P's) including promotion, price, product and place influenced the decision making to buy bakery courses online via Facebook in Thailand with a statistical significance level of 0.01.

Keywords : Marketing Mix, Consumer Behavior, Bakery Course Online, Facebook Fan page

Article history:

Received 20 June 2019

Revised 19 August 2019

Accepted 21 August 2019

SIMILARITY INDEX = 0.96 %

1. บทนำ

ในปัจจุบันผู้บริโภคมีความซับซ้อนในการเลือกรับประทานเบเกอรี่มากขึ้น ต้องการรับประทานเบเกอรี่ที่มีความหลากหลายไปจากเดิม ทำให้ผู้ผลิตในตลาดเบเกอรี่ ต่างพัฒนาคุณภาพสินค้า และนำเสนอความแปลกใหม่ในผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป อีกทั้งในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา กระแสการรักสุขภาพเป็นที่นิยมมากขึ้น ผู้คนนิยมทำอาหารรับประทานเอง เพื่อที่จะสามารถเลือกสรรวัตถุดิบที่มีคุณภาพ หลีกเลี่ยงสารกันบูดหรือสารเคมีที่เป็นพิษต่าง ๆ ทำให้ผู้คนหันมาสนใจการทำเบเกอรี่โฮมเมดเพิ่มมากยิ่งขึ้น สังเกตได้จากวัตถุดิบที่ใช้ เป็นวัตถุดิบที่ดีต่อสุขภาพ เช่น ธัญพืช น้ำตาลจากหญ้าหวาน เป็นต้น

เบเกอรี่โฮมเมด มีความน่าสนใจอยู่ที่ความเรียบง่าย สามารถทำเพื่อรับประทานเองในบ้าน เป็นของขวัญของฝากให้บุคคลใกล้ชิดในเทศกาลต่าง ๆ หรือเปลี่ยนเป็นการลงทุนที่สามารถสร้างรายได้อีกด้วย ข้อดีของเบเกอรี่โฮมเมดคือ ลงทุนน้อย ใช้อุปกรณ์น้อย ควบคุมการผลิตได้ง่าย ผลตอบแทนที่ได้รับถือว่าคุ้มค่ากับการลงทุน และยังเป็นอิสระในการประกอบธุรกิจ สามารถใช้ช่วงเวลาที่ว่างจากงานประจำ และยังไม่ต้องมีเครื่องมือหรืออุปกรณ์มากมาย อีกทั้งธุรกิจเบเกอรี่โฮมเมด ไม่มีความจำเป็นที่จะต้องมีหน้าร้าน สามารถใช้ระบบฝากขายตามร้านอาหาร ร้านกาแฟ หรือผลิตตามคำสั่งซื้อลูกค้า

ในอดีตการเรียนการสอนเบเกอรี่นั้น เป็นการจัดการเรียนการสอนผ่านสถาบันสอนทำอาหาร และเบเกอรี่ต่าง ๆ ซึ่งผู้เรียนจะต้องเดินทางไปเรียนที่สถาบันฯ หรือที่บ้านของอาจารย์ผู้สอน ทำให้เสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง บางครั้งสถานที่เรียนอยู่ไกล หรืออยู่คนละจังหวัด ทำให้ไม่มีความสะดวกในการเดินทาง อีกทั้งยังเป็นการเรียนการสอนในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ เช่น คอร์ส 1 วัน หรือตามช่วงเวลาที่กำหนด เช่น 10 ชั่วโมง เป็นต้น และเมื่อเรียนเสร็จเรียบร้อยแล้ว ต้องกลับมาทบทวนบทเรียนเองที่บ้าน ทำให้เกิดปัญหาเรียนแล้วไม่เข้าใจ ไม่สามารถทำตามได้ เมื่อกลับมาทำเองที่บ้าน ทำให้ไม่ได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่จากการเรียนทำเบเกอรี่แบบเดิม ประกอบกับในปัจจุบัน สื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามามีบทบาทต่อการใช้ชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น ในประเทศไทยสังคมออนไลน์มีหลากหลายรูปแบบ เช่น YouTube , Facebook , Twitter , Linked In , Pinterest , MSN เป็นต้น สื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในประเทศไทยคือ Facebook ซึ่งเป็น Social Media ที่เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตปัจจุบัน สามารถใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา และมีการจัดตั้งกลุ่มสมาชิกที่เรียกว่า Facebook Fan page เพื่อแลกเปลี่ยน และแบ่งปันข้อมูลด้านเบเกอรี่ ซึ่งมีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น Facebook Fan page เบเกอรี่ไซไซตี้ ซึ่งมีสมาชิกมากกว่า 3.8 แสนคน (เบเกอรี่ ไซไซตี้, 2562) ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ครูผู้สอนเบเกอรี่ จะใช้ในการสร้างสรรค์สื่อการเรียนการสอนเบเกอรี่ เผยแพร่ผ่านทาง Facebook เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เรียนในปัจจุบัน ผ่านการอัปเดตวิดีโอ และจัดตั้งกลุ่มการเรียนการสอนเบเกอรี่ออนไลน์ โดยการจัดตั้งเป็นกลุ่มเฉพาะสมาชิกที่ชำระค่าเรียนออนไลน์ ซึ่งผู้เรียนสามารถเข้าไปศึกษาหาความรู้ หรือทบทวนบทเรียน รวมทั้งสอบถามปัญหา หรือแบ่งปันผลงานการเรียนของตนเอง ผ่าน Facebook ได้อย่างสะดวก ทุกที่ ทุกเวลา จากข้อมูลข้างต้น ส่งผลให้ครูผู้สอนทำเบเกอรี่มีความต้องการที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook เพื่อนำผลที่ได้มาจากการวิจัยมาพัฒนาคอร์ส การเรียนการสอนของตนเองให้ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนที่เปลี่ยนไปจากเดิม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล (6 P's) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย

สมมติฐานในการศึกษา

1. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทยที่แตกต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมการตลาดดิจิทัล มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นลักษณะสำคัญที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย ซึ่งตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญได้แก่

1. เพศ (Sex) เพศที่แตกต่างกันมักมีทัศนคติ การรับรู้ และการตัดสินใจในการซื้อสินค้าหรือบริการที่แตกต่างกัน
2. อายุ (Age) กลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันย่อมมีความต้องการในสินค้าและบริการที่ต่างกันไป เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบสินค้าแฟชั่น กลุ่มผู้สูงอายุชอบสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เป็นต้น
3. สถานภาพครอบครัว (Marital status) ลักษณะของครอบครัวเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและมีความสำคัญในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน่วยของผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่เป็นคนตัดสินใจในครอบครัว เพื่อช่วยพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสม
4. รายได้ ระดับการศึกษา และอาชีพ (Income Education and Occupation) เป็นตัวแปรที่สำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปนักการตลาดจะสนใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง แต่อย่างไรก็ตามครัวเรือนที่มีรายได้ต่ำเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ในขณะเดียวกัน การเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงอาจใจเกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต ทัศนคติ ฯลฯ เป็นตัวกำหนดเป้าหมายได้เช่นกัน แม้รายได้จะเป็นตัวแปรที่นักการตลาดจะเชื่อมโยงเกณฑ์รายได้ร่วมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ด้านอื่น ๆ เพื่อให้สามารถกำหนดตลาดเป้าหมายให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล

Hai Harvard Wu (2558) กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์มีจำนวนทั้งหมด 6 ด้าน (6Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) การรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) ถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาด ที่จะทำให้การดำเนินงานของกิจการประสบความสำเร็จ เพื่อให้ตอบสนองความต้องการให้ลูกค้าพึงพอใจสูงสุด อันดับแรกนักการตลาดต้องคัดสรรผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค กำหนดราคา รวมถึงหาช่องทางการจัดจำหน่ายให้แก่กลุ่มลูกค้า และนักการตลาดต้องทำการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเพื่อแนะนำเกี่ยวกับคุณสมบัติ หรือจุดเด่นของผลิตภัณฑ์หรือบริการให้กลุ่มลูกค้าได้รับรู้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2541) กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล (6 P's) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขาย (Promotion) การให้บริการแบบเจาะจง (Personalization) และ การรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) ซึ่งส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 6 มีความเกี่ยวข้องกัน การที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จนั้นจำเป็นต้องใช้ส่วนประสมทางการตลาดเข้ามาเป็นเครื่องมือสำหรับการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด ซึ่งปัจจัยทั้ง 6 ประการ เป็นปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ ดังนั้นธุรกิจควรที่จะวางแผนในการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม เพื่อให้สินค้าหรือบริการตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภค

Schiffman and Kanuk (1994) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึงพฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นคว้า การซื้อ การใช้ การประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์หรือการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของตนเอง

Solomon (2009) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Customer Behavior) หมายถึง การกระทำที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือก (Select) การซื้อ (Purchase) การใช้ (Use) และการกำจัดส่วนที่เหลือ (Dispose) ภายหลังจากบริโภคผลิตภัณฑ์หรือรับบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง

รูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

Kotler (1997) ได้กล่าวไว้ว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นกระบวนการคิดวิเคราะห์ ที่เกิดจากสิ่งเริ่มต้นจากสิ่งเร้า (Stimulus) ซึ่งแบ่งออกเป็น สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) คือสิ่งที่มีนักการตลาดสร้างขึ้นเพื่อใช้กระตุ้นให้เกิดการซื้อของผู้บริโภค และนักการตลาดสามารถควบคุมได้ เช่น ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หรือสิ่งกระตุ้นอื่น ๆ ได้แก่ สภาวะเศรษฐกิจ เทคโนโลยี หรือวัฒนธรรม เป็นต้น ซึ่งสิ่งกระตุ้นเหล่านี้ เป็นตัวนำเข้า ซึ่งจะเข้าไปยังกล่องดำ (Buyer's Black Box) ของผู้บริโภค เพราะเมื่อสิ่งเร้ามาถึงกล่องดำ จะถูกปัจจัยต่าง ๆ ได้แก่ วัฒนธรรม สังคม ลักษณะส่วนบุคคล และลักษณะทางจิตวิทยา

ของผู้บริโภคแต่ละคนแปรรูปเป็นการตอบสนอง หากการตอบสนองไปในทางบวก กระบวนการตัดสินใจซื้อจะทำงาน ส่งผลให้เกิดความต้องการ (Need) การตอบสนอง (Buyer's Response) และทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ (Buyer's Purchase Decision) ในทางตรงกันข้าม หากการตอบสนองเป็นไปในทางลบ ผู้บริโภคคงจะไม่ซื้อสินค้า

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อลักษณะของผู้บริโภค (Buyer's Characteristics)

Kotler and Armstrong (2012) ได้กล่าวไว้ว่า ค่านิยม และความคิดส่วนบุคคลของผู้บริโภคเป็นผลมาจากปัจจัยดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม ได้แก่ เชื้อชาติ ศาสนา พื้นฐานทางภูมิศาสตร์
- 2) ปัจจัยทางสังคม ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง (Reference Groups) คือกลุ่มบุคคลที่ผู้บริโภคเข้าไปเกี่ยวข้องด้วย ครอบครัว ซึ่งผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของแต่ละครอบครัวอาจแตกต่างกันไป บทบาทและสถานะทางสังคม
- 3) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) ลักษณะส่วนบุคคลเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความแตกต่างในแต่ละบุคคล ซึ่งปัจจัยส่วนบุคคลที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ฯลฯ ซึ่งลักษณะส่วนบุคคลเหล่านี้ นักการตลาดสามารถที่จะนำมาวิเคราะห์ และนำผลที่ได้ไปสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นเป้าหมาย
- 4) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors) ได้แก่ การจูงใจ (Motivation) พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นได้ต้องมีแรงจูงใจ ที่จะหาสินค้าหรือบริการมาตอบสนองความต้องการของตน

การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

Kotler and Armstrong (2012) ได้กล่าวไว้ว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค มีกระบวนการอยู่ 5 ขั้นตอนได้แก่ 1) การรับรู้ความต้องการ 2) การค้นหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ 5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ บางครั้งกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอาจมีเพียงไม่กี่ขั้นตอนหรืออาจจะมีเพียงการรับรู้ปัญหาแล้วตัดสินใจซื้อเลยก็สามารถเป็นไปได้ หากสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคมีการซื้ออยู่เป็นประจำ

Schiffman and Kanuk (1994) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อ หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไปซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ ทั้งทางด้านจิตใจและพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมด้านจิตใจและทางกายภาพ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อและเกิดพฤติกรรมซื้อตามบุคคลอื่น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญญา ลักษิตานนท์ และศุภกร เสรีรัตน์ (2552) ได้กล่าวไว้ว่า กระบวนการหรือขั้นตอนการตัดสินใจซื้อ (Buyer's Decision Process) ว่าเป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ

ดังนั้นการที่ผู้บริโภคได้รับสิ่งเร้า หรือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเรียนการสอนคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ ว่ามีความสะดวก ประหยัดเวลา และราคาไม่แพง จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะถูกเก็บรวบรวมไว้ในตัวของผู้บริโภค เพื่อใช้ในการประเมินทางเลือก และเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา หรือใช้ในการ

เปรียบเทียบข้อดีข้อเสีย ความคุ้มค่า คุณประโยชน์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ และหลังจากที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ คอร์ส เบเกอรี่ออนไลน์แล้ว หากผู้บริโภครู้สึกพึงพอใจจะนำมาซึ่งการแนะนำแบบปากต่อปาก (Word-of-mouth Information) และเกิดการซื้อซ้ำในอนาคต หากสิ่งที่คาดหวังไว้ทั้งหมดได้รับการตอบสนอง และหากเกิดการซื้อซ้ำมาก ๆ ก็จะเกิดความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและตราสินค้า ขึ้นได้ ในทางตรงกันข้าม หากเกิดการไม่พึงพอใจ หรือสิ่งที่คาดหวังไว้ไม่ได้รับการตอบสนอง นอกจากผู้บริโภคจะไม่กลับมาซื้อซ้ำแล้ว อาจจะเป็นการพูดปากต่อปากในทางลบ (Negative Word-of-mouth Information) ไปสู่ผู้บริโภคคนอื่น ๆ ไม่ให้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ และอาจมีการร้องเรียนอีกด้วย

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์

ความหมายของสื่อสังคมออนไลน์

ภิเชก ชัยนิรันดร์ (2553) ได้ให้คำนิยามของสื่อสังคมออนไลน์ว่า เป็นสื่อที่มีการตลอดสนองทางสังคมได้หลายทิศทางโดยผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต หรือเว็บไซต์ที่บุคคลบนโลกนี้สามารถมีปฏิสัมพันธ์โต้ตอบกันได้ ผู้ใช้งานแต่ละคนสามารถโต้ตอบกันได้ผ่านหน้าเว็บหรือสื่อต่าง ๆ ที่อยู่บนอินเทอร์เน็ต เป็นสื่อของสังคมของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตร่วมกัน เช่น สื่อสังคมออนไลน์ของผู้ใช้งาน Facebook สมาชิกแต่ละคนจะสามารถนำสื่อต่าง ๆ เช่น เรื่องราวของตนเองหรือเรื่องราวต่าง ๆ ภาพ และวิดีโอ เผยแพร่ไปยังสมาชิกทุกคนในเครือข่ายได้ ในขณะที่สมาชิกคนอื่น ๆ สามารถเสนอสื่อของตนเองขึ้นมาแลกเปลี่ยนได้ โดยการสนทนาที่เกิดขึ้น อาจจะเป็นการรวมกลุ่มเพื่อและเปลี่ยนข้อมูลในเรื่องที่สนใจร่วมกัน หรือการวิพากษ์วิจารณ์สินค้าหรือบริการต่าง ๆ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิยมาภรณ์ ช่วยชูหนู (2559) ได้ศึกษางานวิจัยเชิงปริมาณเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-33 ปี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 10,000-20,000 บาท เครือข่ายสังคมออนไลน์ที่ใช้ซื้อสินค้าบ่อยที่สุดคือ Facebook ประเภทสินค้าที่ซื้อบ่อยที่สุดคือ สินค้าแฟชั่น โดยจะซื้อเดือนละ 2-3 ครั้ง และจำนวนเงินเฉลี่ยที่ใช้ซื้อสินค้าแต่ละครั้งจะต่ำกว่า 1,000 บาท และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านบุคลิกกรและคุณภาพของสินค้า ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านภาพลักษณ์ของสินค้าและร้านค้า และด้านข้อมูลร้านค้า ข้อมูลสินค้า และกระบวนการให้บริการ ทุกปัจจัยส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์

ดวงใจ ธรรมนิทานนท์ (2557) ได้ศึกษางานวิจัยเชิงปริมาณเรื่องกลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ความงามผ่านช่องทางดิจิทัล พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญต่อปัจจัยทั้ง 6 ด้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ด้านการให้บริการส่วนบุคคล และด้านผลิตภัณฑ์ โดยปัจจัย

ย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เว็บไซต์ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็วในการค้นหาเลือกและสั่งซื้อสินค้า และผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ความงามผ่านช่องทางดิจิทัลในระดับค่อนข้างต่ำ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับประชากร และทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคของ Kotler and Armstrong (2012) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัลของ Hai Harvard Wu (2558) มากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังมีรายละเอียดดังแผนภาพที่ 1 ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยในครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการ Facebook ในประเทศไทยที่เป็นสมาชิกของ Facebook Fan page เบเกอรี่โฮโฮโฮ จำนวน 383,142 คน โดยหาขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการใช้สูตรของ Yamane (1973) ได้ 399.707 คน จึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน โดยการใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อใช้กับสมาชิกของ Facebook Fan page เบเกอร์รี่ไซตี้ แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (checklist)

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล (6 P's) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย การให้บริการแบบเฉพาะเจาะจง (Personalization) และการรักษาความเป็นส่วนตัว โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ แบบ Likert scale

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ใน Facebook ซึ่งประกอบด้วย การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ แบบ Likert scale

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา เป็นค่าสถิติพื้นฐานที่ใช้บรรยายคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างประกอบไปด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมาน เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานและวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย การทดสอบค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น

4. ผลการวิจัย

4.1 ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 95.3) ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 44.3) ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 65.5) ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 32.3) ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท (ร้อยละ 26)

4.2 ตอนที่ 2 การวิเคราะห์เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล (6 P's)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล

ระดับส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล	ระดับความคิดเห็น (n=400)		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ผลิตภัณฑ์ (Product)	3.69	0.76	มาก
2. ราคา (Price)	3.80	0.74	มาก
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.94	0.81	มาก
4. การส่งเสริมการขาย (Promotion)	3.80	0.85	มาก
5. การให้บริการแบบเฉพาะเจาะจง (Personalization)	3.36	0.79	มาก
6. การรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy)	3.39	0.84	ปานกลาง
รวม	3.67	0.80	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล (6P's) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อยพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 รองลงมาคือปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ปัจจัยด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 ปัจจัยผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.69 ปัจจัยด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.39 ปัจจัยด้านการให้บริการแบบเฉพาะเจาะจง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36

4.3 ตอนที่ 3 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนของกระบวนการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ค่าสถิติวิเคราะห์	Sig
เพศ	Independent -Sample T Test	.935
อายุ	One-Way ANOVA	.870
ระดับการศึกษา	One-Way ANOVA	.595
อาชีพ	One-Way ANOVA	.530
รายได้	One-Way ANOVA	.645

จากตารางที่ 2 พบว่าปฏิเสธ สมมติฐาน H_1 ดังนั้นผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน (Sig.> 0.05)

ตารางที่ 3 ประสมทางการตลาดดิจิทัล มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (B)	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน (Std. Error)	ค่าสถิติทดสอบ (t)	ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (Sig.)
ค่าคงที่(Constant)	0.95	0.14	6.82	0.000*
ด้านผลิตภัณฑ์ (X1)	0.16	0.05	2.92	0.004*
ด้านราคา (X2)	0.22	0.06	3.97	0.000*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X3)	0.14	0.05	2.59	0.010*
ด้านการส่งเสริมการขาย (X4)	0.24	0.04	6.47	0.000*

R Square = 0.53, Adjusted R Square = 0.53, R = 0.73, SE = 0.49 *

* มีนัยสำคัญที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 พบว่าส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล (6 P's) ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) ด้านราคา (Price) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ตามลำดับ สามารถอธิบายกระบวนการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย มีค่าสัมประสิทธิ์ (R Square) เท่ากับ 0.53 มีค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted R Square) เท่ากับ 0.53 เมื่อพิจารณาเป็นรายตัวแปรแล้ว ทราบค่าคงที่(Constant) เท่ากับ 0.95

ทั้งนี้สามารถเขียนสมการอธิบายตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย ได้ดังนี้

$$\hat{Y}_1 = .95 + .16 (\text{ด้านผลิตภัณฑ์}) + .22 (\text{ด้านราคา}) + .14 (\text{ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย}) .24 (\text{ด้านการส่งเสริมการขาย})$$

ดังนั้นจึงสามารถอธิบายสมการได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล ที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย (Y) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล (6 P's) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1. สรุปและอภิปรายผล

1. ปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31-40 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ 20,001 – 30,000 บาท ผลวิจัยส่วนบุคคลไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ปัทมพร คัมภีระ (2557) ที่ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางผ่านเฟซบุ๊ก ของนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลไม่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางค์ผ่านเฟซบุ๊ก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุทามาศ จันทรรถาวร (2556) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าบน Facebook ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้าน เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าบน Facebook ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะมาภรณ์ ช่วยชูหนู (2559) ที่ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากสังคมในปัจจุบันเป็นยุคของสังคมออนไลน์ ทำให้บุคคลทุกเพศ ทุกวัย ทุกระดับการศึกษา ทุกอาชีพ และทุกระดับรายได้ สามารถเข้าถึง

เครือข่ายสังคมออนไลน์ได้อย่างทั่วถึงและเท่าเทียมกันและสังคมออนไลน์กลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของผู้บริโภคในปัจจุบัน จึงทำให้ผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นอย่างดี อีกทั้งครูผู้สอนเบเกอรี่ออนไลน์ในปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้มีสินค้าและบริการที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น และสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้หลากหลาย จึงทำให้ปัจจัยส่วนบุคคล ไม่ได้เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย

2. จากผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบเชิงชั้น พบว่า ตัวแปรอิสระด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล (6 P's) สามารถเข้าสมการเชิงถดถอยพหุคูณได้ทั้งหมด 4 ตัวแปร จากทั้งหมด 6 ตัวแปร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย โดยตัวแปรที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กันต์ชนก ชัยผดุง (2560) จากงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภครุ่นเจนวายในประเทศไทย พบว่าปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการโฆษณา และด้านการตลาดทางตรง มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมากแต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการโฆษณาเป็นอันดับแรก รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านการตลาดทางตรงตามลำดับ ซึ่งแตกต่างจากผลการวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ สาเหตุเป็นเพราะปัจจุบันครูผู้สอนเบเกอรี่ออนไลน์ใน Facebook ต่างจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากมาย เช่น การสมนาคุณ คลาสเรียน สำหรับผู้ที่ซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์จำนวนมาก เช่น ซื้อ 3 คอร์ส แถมฟรี 1 คอร์ส หรือซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ แคมเปญทำเบเกอรี่ หรือมีการลดราคาเป็นพิเศษในช่วงเวลาที่กำหนด เป็นต้น และครูผู้สอนเบเกอรี่ออนไลน์ในปัจจุบันล้วนพัฒนาสื่อโฆษณา และสื่อการเรียนการสอนผ่านช่องทางดิจิทัล ที่เข้ามามีอิทธิพลกับผู้ใช้บริการ Facebook มากยิ่งขึ้น เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค เช่น คลิปวิดีโอ และรูปภาพประชาสัมพันธ์คอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ที่น่าสนใจอีกด้วย

นอกจากนี้จากการวิจัยยังพบว่า ผลที่ได้จากงานวิจัยในครั้งนี้ยังขัดแย้งกับผลการศึกษาของศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (2553) ที่ได้ศึกษาเรื่อง บทสรุปหนึ่งทศวรรษการสำรวจกลุ่มผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ซึ่งพบว่า ผลสำรวจที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางอินเทอร์เน็ต แสดงให้เห็นว่าคนไทยยังไม่นิยมซื้อสินค้าและบริการผ่านอินเทอร์เน็ต โดยให้ความเห็นว่า เป็นเพราะไม่สามารถจับต้องสินค้าได้ ไม่ไว้วางใจผู้ขาย ไม่ต้องการให้หมายเลขบัตรเครดิต และไม่มั่นใจในระบบการชำระเงิน ดังนั้นงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทย แสดงให้เห็นว่า เมื่อระยะเวลาผ่านไป เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาให้ทันสมัย และตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น ทำให้คนไทยให้การยอมรับและตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านทางออนไลน์มากขึ้น

จึงสรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัลด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศ

ไทย แต่ข้อสังเกตของงานวิจัยในครั้งนี้คือ ส่วนประสมทางการตลาดดิจิทัล (6 P's) ด้านการให้บริการแบบเฉพาะเจาะจง และการรักษาความเป็นส่วนตัว ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook ในประเทศไทยเนื่องจาก การเรียนการสอนเบเกอรี่ออนไลน์ผ่าน Facebook Fan page มีการให้ความช่วยเหลือ และตอบคำถามในกรณีที่เกิดปัญหาในการทำเบเกอรี่เป็นรายบุคคล ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การส่งข้อความผ่านทาง Facebook Fan page ถึงครูผู้สอน รวมไปถึงการให้เบอร์โทรศัพท์เพื่อติดต่อครูผู้สอนในกรณีที่มีปัญหาเร่งด่วน หรือการสนทนาผ่านทางวิดีโอกับครูผู้สอนเป็นรายบุคคล และมีการกำหนดรหัสผ่านในการเข้าใช้งาน Facebook Fan page ซึ่งผู้ที่จะมีสิทธิในการเข้าใช้งานจะต้องเป็นผู้ที่ชำระค่าเรียนให้แก่ครูผู้สอนเรียบร้อยแล้ว จึงทำให้ผู้บริโภคมั่นใจได้ว่าจะได้รับการบริการจากครูผู้สอนเป็นอย่างดี และข้อมูลส่วนบุคคลของตนเอง จะถูกเก็บรักษาไว้อย่างปลอดภัย

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

ครูผู้สอนคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ควรวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด โดยนำผลการวิจัยในครั้งนี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ควรแยกหมวดหมู่คอร์สการเรียนให้ชัดเจน เช่น คอร์สการเรียนทำเค้ก คอร์สการเรียนทำขนมปัง รวมถึงการจัดระเบียบหมวดหมู่ของสื่อการเรียนการสอนให้สะดวกต่อการค้นหาของผู้เรียนและในอนาคตครูผู้สอนเบเกอรี่ออนไลน์ควรมีการรวมกลุ่มหรือจัดตั้งเป็นชมรมครูผู้สอนเบเกอรี่ออนไลน์ เพื่อที่จะมีการกำหนดมาตรฐานการเรียนการสอน อาจจะทำไปประกาศนียบัตรเพื่อเป็นการรับรองหลักสูตร เป็นต้น

2. ด้านราคา ควรมีการพิจารณาราคาขายคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ให้เหมาะสมกับคุณภาพของคอร์สเรียน เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบัน ชอบเปรียบเทียบราคาก่อนตัดสินใจซื้อ ครูผู้สอนจึงควรจัด และแยกประเภทของคอร์สเรียนเบเกอรี่ออนไลน์ตามระดับราคา และแสดงราคาอย่างชัดเจน ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ควรมีการปรับปรุงสื่อการเรียนการสอนคอร์สเบเกอรี่ออนไลน์ให้มีคุณภาพและน่าสนใจอยู่เสมอ

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีการปรับปรุงและพัฒนา Fan page ให้ใช้งานง่าย มีความสะดวกรวดเร็วต่อการใช้งาน สามารถใช้งานได้ทุกที่ ทุกเวลา และปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ เพื่อกระตุ้นและดึงดูดลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้โดยตรงอย่างมีประสิทธิภาพ

4. ด้านการส่งเสริมการขาย ควรจัดหากิจกรรมส่งเสริมการขายใหม่ ๆ อยู่เสมอ มีการโฆษณาในหลาย ๆ ช่องทางเพื่อให้เป็นที่รู้จักแก่บุคคลทั่วไป

5. ด้านการให้บริการแบบเฉพาะเจาะจง ในปัจจุบัน Facebook Fan page สามารถเก็บข้อมูลของลูกค้าแต่ละรายได้ ครูผู้สอนเบเกอรี่ออนไลน์ควรมีการศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม การให้บริการควรเน้นการบริการเป็นรายบุคคล และอาจมีการสร้างความประทับใจในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การส่งการ์ดอวยพรเทศกาลต่าง ๆ เช่น ปีใหม่ ตรุษจีน หรือเทศกาลอื่น ๆ ให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ รวมถึงการให้บริการแก่ลูกค้าแบบเฉพาะเจาะจงรายคนด้วยเช่นกัน เพราะ

ลูกค้าแต่ละคน ต่างมีความสนใจที่แตกต่างกัน ครูผู้สอนเบเกอรี่ออนไลน์ควรเสนอสินค้าและบริการ พร้อมทั้งให้คำแนะนำตามความสนใจของลูกค้าแต่ละราย

6. ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ครูผู้สอนเบเกอรี่ออนไลน์จำเป็นต้องสร้างระบบรักษาความปลอดภัยที่เชื่อถือได้ว่าข้อมูลของลูกค้าจะไม่ถูกโจรกรรม โดยข้อมูลของลูกค้าเช่น ชื่อ ที่อยู่ หมายเลขบัตรเครดิต เป็นต้น ควรมีนโยบายเกี่ยวกับการรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้าให้ชัดเจนบนเว็บไซต์ และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด เช่น ไม่ส่งโฆษณาไปหาลูกค้าทางอีเมลโดยไม่ได้รับการยินยอมจากลูกค้า และไม่นำข้อมูลของลูกค้าไปขายต่อให้บริษัทการตลาด

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัย ในการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติม เช่น ศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลที่มีความเฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น
2. ควรเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นระยะ ๆ ให้เหมาะสมกับการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการ Facebook ที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ในปัจจุบัน ซึ่งข้อมูลออนไลน์มีจำนวนมากและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้อง มีคุณภาพ และเป็นปัจจุบัน เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงานวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- กัณฑ์ชนก ชัยผดุง. (2560). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้บริโภครุ่นเจนวายในประเทศไทย.**การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.บัณฑิตวิทยาลัย.สาขาการจัดการทรัพยากรมนุษย์.มหาวิทยาลัยสยาม.
- ดวงใจ ธรรมนิทานนท์. (2557). **กลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ความงามผ่านช่องทางการค้าแบบดิจิทัล.** การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- เบเกอรี่ โซไซตี้. (2562). **Facebook Fan page เบเกอรี่ โซไซตี้.** [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 5 มกราคม 2562, จาก <https://www.facebook.com/groups/1442201722720267/about/>.
- ปิยมาภรณ์ หนูช่วยชู. (2559). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านทางสังคมออนไลน์.** การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปัทมพร คัมภีระ. (2557). **พฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางผ่านเว็บไซต์เฟซบุ๊ก ของนักศึกษาหญิงในเขตกรุงเทพมหานคร.** การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2553). **การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social Media.** กรุงเทพมหานคร: ซีไอเดียเคชั่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). **ทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์.** กรุงเทพมหานคร: พัฒนาการศึกษ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพมหานคร: ซีระฟิล์ม และโซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ปริญ ลักษิตานนท์ และศุภกร เสรีรัตน์. (2552). **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงธุรกิจ.

- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. (2553) **บทสรุปหนึ่งทศวรรษการสำรวจกลุ่มผู้ใช้ อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2561, จาก http://www.nstda.or.th/prs/index.php/all-download/cat_view/1_6_0_-_ict?limit=5_&order=date&dir=ASC&start=5
- สุทามาศ จันทรรณาวร. (2556). **ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าบน Facebook ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- Hai Harvard Wu. (2558). **หลักการตลาด 6P ของ e-Commerce**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2561, จาก <http://haiharvardwu-onlinemarketing.blogspot.com/2015/09/6-p-e-commerce.html>.
- Kotler, P. (1997). **Marketing management: analysis, planning, implementation and control**. (9th ed.). New Jersey: A simon and Schuster Company.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2012). **Principles of Marketing**. (14th ed.). NJ: Pearson Education.
- Schiffman, L. G., and Kanuk L. L. (1994). **Consumer Behavior**. (7th ed.). New Jersey: Prentice-Hill, Inc
- Solomon. (2009). M.R. **Consumer Behavior: Buying, Having and Being**. New Jersey: Prentice Hall.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. (3rd ed.). New York: Harper and Row Publication.

การจัดการปัญหาพลังงานไฟฟ้าในประเทศไทยด้วยภาษีสรรพสามิต

Excise taxation to manage electricity problem in Thailand

ชญาพร อัสวินปรีชา*

(Chayaporn Assavinprecha)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากฎหมายของสหภาพยุโรปที่ใช้จัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้ารวมทั้งแนวคิดและเหตุผลเบื้องหลัง 2) ศึกษาโครงสร้างการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตในประเทศไทย และ 3) ศึกษาการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้าในประเทศไทยโดยใช้หลักการจากกฎหมายของสหภาพยุโรป

วิธีการดำเนินการวิจัย เป็นลักษณะของการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากบทบัญญัติกฎหมาย คือ Council Directive 2003/96/EC – Energy taxation Directive และพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ทั้งยังศึกษาจากหนังสือ บทความ วารสาร งานวิจัย รวมทั้งเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า

1. กฎหมายสหภาพยุโรปที่ใช้ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากพลังงานไฟฟ้า คือ Council Directive 2003/96/EC – Energy taxation Directive มีวัตถุประสงค์ในการจัดเก็บที่สำคัญสำหรับพลังงานไฟฟ้าคือเพิ่มแรงจูงใจในการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น กล่าวคือเพื่อมุ่งหวังให้ลดการนำเข้าพลังงานและการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ และเสนอแรงจูงใจทางภาษีให้แก่กิจการที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

2. กฎหมายที่ใช้ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตของประเทศไทยในปัจจุบัน คือ พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 โดยการรวมกฎหมายเก่า 7 ฉบับเข้ามาไว้เป็นฉบับเดียว

3. แนวคิดกฎหมายที่ใช้ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้าของสหภาพยุโรปสามารถนำมาปรับใช้กับประเทศไทยได้โดยปรับไปตามโครงสร้างการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต ตาม พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ควบคุมการบริโภคพลังงานไฟฟ้าให้เหมาะสม

คำสำคัญ: ภาษีสรรพสามิต พลังงานไฟฟ้า กฎหมายสรรพสามิตสหภาพยุโรป

*บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์หลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขากฎหมายภาษี คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 10200

ภายใต้การควบคุมของศาสตราจารย์ วิริยะ นามศิริพงศ์พันธุ์ และศาสตราจารย์ ดร. สหธน รัตน์ไพจิตร

Thesis Master of Law Tax Law Faculty of Law Thammasat University 10200

Corresponding author : chayaassavin@gmail.com

ABSTRACT

The purposes of this research intended to study the objective of this research are to study: 1. Study on the concepts and reasons of the European Union excise duty on Electrical Energy 2. Study on the structure of the excise taxation in Thailand 3. Study on the use of excise taxation of electricity in Thailand compare to European Union excise duty on Electrical Energy

Research Methodology is qualitative research. Data was gathered from relevant laws, such as the Council Directive 2003/96/EC – Energy Taxation Directive and the Excise Tax Act, BE 2560 (2017), and published literature on mixed form excise tax collection structure to analyze and resolve issues.

The research results revealed as follows:

1. The European Union Directive that uses for electrical excise duty is Council Directive 2003/96/EC – Energy Taxation Directive. The important purposes of the electricity excise tax are to ensure the proper functioning of the internal market as regards the taxation of energy products and electricity and Taxation related to CO₂ emissions can be a cost-effective means for the Member States to achieve the reductions of greenhouse gasses necessary

2. The Thai law that uses for excise duty is the Excise Tax Act, BE 2560 (2017). Amend the old 7 laws into the Excise Tax Act, BE 2560 (2017).

3. The concepts and reasons for the European Union excise duty on electrical energy can be used in Thailand. By implement reform on the Thai excise tax, in this case, is the Excise Tax Act, BE 2560 (2017). for the proposal to maintain the balance between electricity supply and demand.

Keywords: Electricity, Excise Tax, EU Excise Tax

Article history:

Received 21 June 2019

Revised 21 July 2019

Accepted 25 July 2019

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. บทนำ

ประเทศไทยประสบปัญหาเกี่ยวกับพลังงานไฟฟ้า ไม่ว่าจะเป็นการผลิตพลังงานไฟฟ้า และการบริโภคพลังงานไฟฟ้า กล่าวคือในการผลิตพลังงานไฟฟ้านั้นประเทศไทยไม่สามารถผลิตพลังงานไฟฟ้าได้เพียงพอต่อความต้องการ เนื่องจากสาเหตุหลักคือการบริโภคพลังงานไฟฟ้าไม่สามารถผลิตและกักเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าประเภทอื่น เพราะพลังงานไฟฟ้าเป็นพลังงานที่ไม่มีรูปร่าง (อิทธิวรรณ สวรรค์วัฒนกุล, 2556: 14) ซึ่งเป็นเหตุให้ต้องมีการคาดการณ์ความต้องการพลังงานไฟฟ้าล่วงหน้าซึ่งสามารถคาดการณ์ได้ยาก นอกจากนี้สาเหตุดังกล่าวแล้ว ในการผลิตพลังงานไฟฟ้าต้องใช้พลังงานอื่น (พลังงานขั้นปฐมภูมิ) มาแปลงเป็นพลังงานไฟฟ้าพลังงานขั้นปฐมภูมิมียหลายประเภททั้งลม น้ำ แสงแดด รวมทั้งเชื้อเพลิงฟอสซิล และถ่านหิน แต่ละประเภทผลิตพลังงานไฟฟ้าได้ปริมาณแตกต่างกัน รวมทั้งเมื่อผลิตแล้วส่งผลกระทบต่อแตกต่างกัน นอกจากนี้เชื้อเพลิงบางประเภทต้องนำเข้าจากต่างประเทศนำไปสู่การขาดดุลทางการค้า รวมทั้งความไม่เสถียรของสถานะทางพลังงาน

นอกจากนี้ปัญหาด้านการบริโภคพลังงานไฟฟ้าคือคนไทยการใช้พลังงานอย่างสิ้นเปลือง แม้จะมีมาตรการหลากหลายเพื่อสนับสนุนการใช้พลังงานไฟฟ้าให้อยู่ในปริมาณเหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นการทำความตกลงในระดับนานาชาติ คือ การประกาศปฏิญญาในเรื่องการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ความมั่นคงทางพลังงานและการพัฒนาพลังงานสะอาด (APEC Leaders' Declaration on Climate Change, Energy Security and Clean Development) โดยประเทศไทยเสนอจะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในภาคขนส่งและภาคพลังงานให้ได้ร้อยละ 7-20 จากปริมาณที่ปล่อยในปี พ.ศ. 2548 (ค.ศ. 2005) ในการประชุม UNFCCC สมัยที่ 20 (COP20) และนโยบายภายในประเทศไทย คือการออกแผนอนุรักษ์พลังงาน พ.ศ. 2558-2579 มีการออกแผนปฏิบัติการอนุรักษ์พลังงาน 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564) และคำสั่งกระทรวงพลังงานที่ ป.25/2559 ซึ่งดำเนินนโยบายเพื่อให้มีการจัดหาพลังงานให้เพียงพอต่อความต้องการและความมั่นคงของประเทศ ก็ยังไม่สามารถดำเนินการให้เห็นผลเป็นรูปธรรม

ดังนั้นการที่จะควบคุมการบริโภคพลังงานไฟฟ้าเพื่อให้สามารถลดต้นทุนการผลิตพลังงานไฟฟ้าในขณะเดียวกันนั้นยังมีเครื่องมืออีกประเภทหนึ่งที่สามารถนำมาใช้ได้ รวมทั้งมีประเทศที่ใช้อยู่ในปัจจุบันหลายประเทศ ซึ่งเครื่องมือดังกล่าวคือเครื่องมือทางภาษี โดยเครื่องมือทางภาษีเองก็มีความสำคัญและมีบทบาทมาอย่างยาวนาน แต่การเก็บภาษีการบริโภคพลังงานไฟฟ้าในปัจจุบันกลับก่อให้เกิดปัญหาเพราะ ภาษีที่มีผลกระทบต่อราคาพลังงานไฟฟ้ามีเพียงภาษีมูลค่าเพิ่มซึ่งเป็นภาษีที่มีอัตราเดียว ไม่มีความยืดหยุ่น และส่งผลให้เกิดภาระเกินสมควรแก่ผู้ที่มีรายได้น้อย ขณะที่ไม่บรรลุนิติบุคคลในการจัดเก็บแก่ผู้ที่มีรายได้มาก ลักษณะดังกล่าวส่งผลให้ไม่เกิดการกระจายรายได้ ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของลักษณะภาษีที่ดี

เครื่องมือทางภาษีที่มีความเหมาะสมคือภาษีสรรพสามิต เนื่องจากภาษีสรรพสามิตเป็นภาษีที่มีลักษณะในการจัดเก็บจากการบริโภค และเป็นภาษีที่มีวัตถุประสงค์พิเศษเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรม (ประพันธ์ คงเอียด, 2556: 24) คือการลดการบริโภคสินค้าและบริการชนิดต่างๆ ดังนั้นในบทความนี้จะศึกษาการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้าในสหภาพยุโรป และนำเสนอประเด็นการนำภาษี

สรรพสามิตมาจัดเก็บกับพลังงานไฟฟ้าในประเทศไทย โดยปรับตามโครงสร้างของกฎหมายสรรพสามิตไทยที่มีการใช้อยู่ในปัจจุบันคือ พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากฎหมายของสหภาพยุโรปที่ใช้จัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้ารวมทั้งแนวคิดและเหตุผลเบื้องหลัง
2. เพื่อศึกษาโครงสร้างการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตในประเทศไทย และ
3. เพื่อศึกษาการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้าในประเทศไทยโดยใช้หลักการจากกฎหมายของสหภาพยุโรป

สมมติฐานในการศึกษา

ภาษีสรรพสามิตสามารถนำมาใช้ในการจัดเก็บจากพลังงานไฟฟ้าในประเทศไทย

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัย มุ่งเน้นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการศึกษาจากหนังสือ บทความ วารสาร งานวิจัย และเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง ทั้งยังศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากบทบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กฎหมายของสหภาพยุโรปและพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ที่ใช้ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้า โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ทฤษฎีเกี่ยวกับภาษีอากร

ทฤษฎีหลักการจัดเก็บภาษีอากรที่ดี

กลุ่มนักวิชาการภาษีอากร (2557) กล่าวว่าภาษีอากรที่ดีมีหลักเกณฑ์ 7 ประการ ดังนี้

1. หลักความเป็นธรรม ผู้เสียภาษีเหมือนกันต้องเสียภาษีเท่ากัน โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติ
2. หลักความแน่นอน ความชัดเจนแน่นอนในวิธีการเสียภาษี ตัวยกกฎหมาย วิธีปฏิบัติ จัดเก็บ ภาระภาษี การลดรายจ่ายแก่ภาคเอกชน การทำรายได้แก่รัฐบาล
3. หลักความสะดวก มีขั้นตอนการจัดเก็บที่ง่าย ไม่ซับซ้อน ให้ความสะดวกกับทั้งเจ้าหน้าที่และผู้มีหน้าที่เสียภาษี
4. มีความเป็นกลางทางเศรษฐกิจ โดยกฎหมายหรือหลักเกณฑ์ที่ใช้ในการจัดเก็บต้องกระทบต่อกลไกตลาดให้น้อยที่สุด
5. หลักความมีประสิทธิภาพ คือ ค่าใช้จ่ายในการเก็บภาษีต่ำเมื่อเทียบกับสัดส่วนรายได้ที่เพิ่มขึ้น
6. อำนวยรายได้ เพราะรัฐมีหน้าที่ภารกิจเพิ่ม จึงมีความจำเป็นจะต้องใช้เงินเพิ่ม
7. หลักความยืดหยุ่น ภาษีอากรที่ดีจะต้องมีความยืดหยุ่น หรือปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจได้อย่างเหมาะสม

ทฤษฎีแนวคิดในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต

ภาษีสรรพสามิต (Excise Tax) มีหลักการจัดเก็บภาษีจากการขายสินค้าและบริการซึ่งถือเป็นประเภทหนึ่งของภาษีการบริโภค อย่างไรก็ตามในภาษีการบริโภคนั้นไม่ได้มีเพียงแค่ภาษีสรรพสามิตเท่านั้น แต่ยังมีภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีสกุลการ โดยการเก็บภาษีการบริโภคนั้นตามปกติจะมีภาษีมูลค่าเพิ่มเป็นภาษีหลักที่เก็บภาษีในอัตราเดียวกันจากสินค้าและบริการทุกประเภท (ชัยสิทธิ์ ตรีชูธรรม, 2558) และอาจมีการเก็บภาษีเพิ่มเติมในสินค้าบางชนิด กล่าวคือสินค้าที่อยู่ในพิภคของภาษีสรรพสามิตและสินค้าในพิภคของภาษีสกุลการ ซึ่งการเก็บภาษีเพิ่มเติมนี้เป็นการเก็บภาษีที่มีลักษณะพิเศษ มีจุดประสงค์เฉพาะในกรณีของภาษีสรรพสามิตมีจุดประสงค์เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรม คือการลดการบริโภคสินค้าและบริการชนิดต่างๆ

ทฤษฎีหลักเกณฑ์ในการเลือกสินค้าเพื่อจัดเก็บภาษีสรรพสามิต

ประภาศ คงเอียด (2542) กล่าวถึง หลักเกณฑ์ในการเลือกสินค้าเพื่อจัดเก็บภาษีสรรพสามิต มี 4 หลักเกณฑ์ คือ 1) สินค้าที่บริโภคอาจก่อผลเสียต่อสุขภาพและศีลธรรมอันดี 2) สินค้าที่มีลักษณะเป็นการฟุ่มเฟือย 3) สินค้าที่ได้รับผลประโยชน์เป็นพิเศษจากกิจการของรัฐบางประการ 4) หลักเกณฑ์เบ็ดเตล็ด โดยสามารถเก็บภาษีสรรพสามิตเพื่อควบคุมการบริโภคสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ในขณะที่ Barthold (1994) เสนอว่า หากรัฐต้องการที่จะลดการใช้พลังงานไฟฟ้าก็สามารถบัญญัติให้พลังงานไฟฟ้าเข้ามาในพิภคอัตราภาษีสรรพสามิตได้ ซึ่งภาษีสรรพสามิตเป็นภาษีที่เก็บจากสินค้าและบริการเฉพาะอย่างสามารถควบคุมการใช้พลังงานได้ตรงจุด

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้า

มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้า โดย (ฐาปณิ มหาราศิลป์, 2543; พงษ์ชัย คำรงค์รัตน์, 2555) กล่าวว่าภาษีสรรพสามิตเป็นภาษีที่มีความเหมาะสมที่รัฐจะนำมาใช้แก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม และ (กรณทิพย์ ชูพันธุ์, 2554; อธิวรรณ สวรรค์วัฒน์กุล, 2556) กล่าวไว้ในบทสรุปและข้อเสนอแนะว่า ในปัจจุบันไม่มีการเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้า และเสนอให้มีการบัญญัติพลังงานไฟฟ้าเข้าเป็นสินค้าในพระราชบัญญัติพิภคอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 อย่างไรก็ตามงานวิจัยทั้งหมดเกิดขึ้นก่อนมีการแก้ไขกฎหมายสรรพสามิต

2.3 กฎหมายที่มีผลกระทบท่อการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้า

กฎหมายสรรพสามิตในประเทศไทย

ขณะที่ดำเนินการวิจัยอยู่ในช่วงคาบเกี่ยวระหว่างการแก้ไขกฎหมายเก่าและกฎหมาย โดยกฎหมายสรรพสามิตเก่ามีกฎหมายที่ใช้ในการจัดเก็บหลายฉบับ แต่กฎหมายที่จะมีผลกระทบหากมีการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากพลังงานไฟฟ้า มีเพียง พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 และพระราชบัญญัติพิภคอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 (ประภาศ คงเอียด, 2542) เมื่อมีการแก้ไขกฎหมายเหลือเพียงพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 โดยกฎหมายดังกล่าวได้บัญญัติหลักเกณฑ์ในการจัดเก็บและบัญชีพิภคอัตราภาษีสรรพสามิต (ทัศนีย์ เหลืองเรืองรอง, 2560)

กฎหมายที่ใช้ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้าในสหภาพยุโรป

สหภาพยุโรปมีการกำหนดกฎหมายเรื่องเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีจากพลังงานไฟฟ้า โดยมี Council Directive 2003/96/EC – Energy taxation Directive เป็นกฎหมายกลาง (Directive - Article 288 and 297, “Consolidated version of the Treaty on the Functioning of the European Union,” (European Union, 2012 อ้างถึงใน ศูนย์บริการข้อมูล กฟผ., 2561) ในการกำหนดขอบเขตการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้าใช้บังคับเป็นการทั่วไปสำหรับประเทศในสหภาพยุโรป

Council Directive 2003/96/EC ถูกสร้างขึ้นในปีค.ศ. 2003 ได้เข้ามาทำหน้าที่แทน Council Directive 92/81/EEC และ Council Directive 92/82/EEC ซึ่งเกิดจากการที่สหภาพยุโรปรวมกฎหมายภาษีคาร์บอนและภาษีพลังงานเพื่อวัตถุประสงค์ด้านการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในเขตประชาคมยุโรป

Council Directive 2003/96/EC (อ้างถึงใน สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา, 2555) มีเป้าหมาย 4 ประการ คือ

- 1) ลดการบิดเบือนจากการแข่งขันกำหนดอัตราภาษีที่แตกต่างกัน
- 2) ลดการบิดเบือนการแข่งขันระหว่างเชื้อเพลิงน้ำมันฟอสซิลกับแหล่งพลังงานอื่น
- 3) เพิ่มแรงจูงใจในการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น กล่าวคือเพื่อมุ่งหวังให้ลดการนำเข้าพลังงานและการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์
- 4) อนุญาตให้ประเทศสมาชิกเสนอแรงจูงใจทางภาษีให้แก่กิจการที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

The energy directive (European Commission, 2017) ให้ข้อเสนอว่า กฎหมายที่ใช้ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้าในสหภาพยุโรปสอดคล้องกับความต้องการของประเทศสมาชิกที่จะนำภาษีพลังงาน มาช่วยในการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังช่วยพัฒนาระบบของตลาดภายในประเทศสมาชิกอีกด้วย โดยกฎหมายดังกล่าวยังคงมีผลบังคับใช้อยู่ในปัจจุบัน และหลายประเทศในสหภาพยุโรปยังคงนำกฎหมายดังกล่าวมาใช้โดยอาจมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบเป็นกฎหมายภายในเพื่อให้เกิดความเหมาะสม ดังเช่นบางประเทศยังคงมีการลดอัตราภาษีลงเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการบรรลุจุดประสงค์ในการจัดเก็บได้สูงสุด ดังเช่น ประเทศเยอรมนี ประเทศสเปน ประเทศโรมาเนีย (European Commission, 2019) และสหภาพยุโรปจะมีการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีทางพลังงานเป็นประจำทุกปีเพื่อให้ทราบว่าในแต่ละประเทศมีการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้าอย่างไร

เมื่อพิจารณาจากเป้าหมาย 4 ประการข้างต้นจะเห็นว่าตรงกับวัตถุประสงค์ในการแก้ปัญหาพลังงานไฟฟ้าของประเทศไทย จึงอาจนำแนวคิดดังกล่าวมาปรับใช้กับประเทศไทย โดยพิจารณาจากกฎหมายที่มีการบังคับใช้ในปัจจุบัน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การจัดการปัญหาพลังงานไฟฟ้าในประเทศไทยด้วยภาษีสรรพสามิต ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการรวบรวมหนังสือ บทความ วารสาร งานวิจัย และเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับหลักการจัดเก็บภาษีที่ดี ทฤษฎีการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต หลักการและแนวคิดในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากทั้งในและต่างประเทศ ทั้งยังศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากบทบัญญัติกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กฎหมายของสหภาพยุโรปที่ใช้ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้า โดยวิเคราะห์การใช้กฎหมายที่มีการใช้อยู่ในปัจจุบัน รวมทั้งศึกษากฎหมายสรรพสามิตของไทยคือพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 เพื่อนำมาวิเคราะห์การปรับใช้ภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้ากับพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560

4. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้าในประเทศไทย

การเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้าในประเทศไทยสามารถนำมาใช้กับประเทศไทยได้ โดยต้องพิจารณาตามโครงสร้างการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตของประเทศไทยโดยพิจารณาตามประเด็นต่างๆ ดังนี้ ผู้มีหน้าที่เสียภาษีสรรพสามิต ความรับผิดชอบในอนาคตจะต้องเสียภาษีสรรพสามิต ฐานภาษีสรรพสามิต อัตราภาษีสรรพสามิต เพื่อให้เห็นถึงการบังคับใช้กฎหมายหากมีการนำพลังงานไฟฟ้ามาบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560

ผู้มีหน้าที่เสียภาษีสรรพสามิต

ภาษีสรรพสามิตเป็นภาษีการบริโภค ผู้ที่มีหน้าที่เสียภาษีและผู้ที่ได้รับภาษีเป็นบุคคลคนละคนกัน โดยผู้ที่ได้รับภาษีคือบุคคลที่มีการบริโภคพลังงานไฟฟ้า ขณะที่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีสรรพสามิตคือผู้นำส่งภาษีที่มีการบริโภคพลังงานไฟฟ้ามาส่งแก่รัฐ

โดยกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมสรรพสามิต กระทรวงการคลัง พ.ศ.2551 ข้อ 2 วัตถุประสงค์ของกรมสรรพสามิตคือให้กรมสรรพสามิตมีภารกิจเกี่ยวกับการบริหารการจัดเก็บภาษีตามกฎหมายว่าด้วยภาษีสรรพสามิต ดังนั้นรัฐคือกรมสรรพสามิต

ขณะที่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีสรรพสามิต ตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 มาตรา 16 มี 4 ประเภท คือ 1) ผู้ประกอบอุตสาหกรรม 2) ผู้นำเข้า 3) ผู้ประกอบกิจการสถานบริการ และ 4) บุคคลอื่นที่กฎหมายกำหนดให้เป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษี แต่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้า คือ ผู้ประกอบอุตสาหกรรม และ ผู้นำเข้า

บุคคลที่จะเข้าลักษณะเป็นผู้ประกอบอุตสาหกรรมและผู้นำเข้าสำหรับพลังงานไฟฟ้า มี 3 หน่วยงาน คือ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย การไฟฟ้านครหลวง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย ดำเนินการจัดส่งไฟฟ้า เพื่อจำหน่ายไฟฟ้าให้แก่ การไฟฟ้านครหลวง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และผู้บริโภคพลังงานไฟฟ้าโดยตรง และจำหน่ายไฟฟ้าให้การไฟฟ้าของประเทศ

เพื่อนบ้านด้วย ได้แก่ สปป.ลาว และมาเลเซีย ขณะที่การไฟฟ้านครหลวง เป็นรัฐวิสาหกิจที่รับผิดชอบการจำหน่ายไฟฟ้าให้กับประชาชน พื้นที่บริการในปัจจุบัน คือ กรุงเทพมหานคร จังหวัดนนทบุรี และจังหวัดสมุทรปราการ และการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เป็นรัฐวิสาหกิจมีหน้าที่จำหน่ายไฟฟ้าแก่ประชาชนในส่วนภูมิภาคทุกจังหวัดทั่วประเทศ ยกเว้นกรุงเทพมหานคร จังหวัดนนทบุรี และจังหวัดสมุทรปราการ

เมื่อการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย การไฟฟ้านครหลวง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เข้าลักษณะของผู้ประกอบอุตสาหกรรม และ ผู้นำเข้า จึงเป็นผู้ที่มีหน้าที่เสียภาษีตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560

ความรับผิดในอันจะต้องเสียภาษีสรรพสามิต

ความรับผิดในอันจะต้องเสียภาษีสรรพสามิตหมายความถึงจุดที่ผู้มีหน้าที่เสียภาษีเกิดภาระภาษีสรรพสามิตขึ้น ซึ่งมีบัญญัติในพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 มาตรา 21 โดยพลังงานไฟฟ้ามีทั้งการผลิตภายในประเทศและนำเข้าจากต่างประเทศจึงต้องพิจารณาทั้ง 2 กรณี

แต่ความรับผิดในอันที่จะต้องเสียภาษีของพลังงานไฟฟ้าจึงต้องเป็นไปตามมาตรา 21(1) (ก) เพียงกรณีเดียว คือ เสียภาษีเฉพาะกรณีที่พลังงานไฟฟ้าถูกผลิตขึ้นในราชอาณาจักร โดยการผลิต คือ การทำ ผลิต ปรับปรุง เช่นนี้ความรับผิดในอันที่จะต้องเสียภาษีของพลังงานไฟฟ้าควรเก็บเมื่อมีการจ่ายพลังงานไฟฟ้าออกจากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย การไฟฟ้านครหลวง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคแล้วแต่กรณีเพื่อนำส่งพลังงานไฟฟ้าไปยังผู้บริโภคพลังงานไฟฟ้าเพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซ้อนในการจัดเก็บภาษี

ฐานภาษีสรรพสามิต

ฐานภาษีสำหรับสินค้าในพิกัดภาษีสรรพสามิต มีอยู่ 3 กรณี คือ การเสียภาษีตามปริมาณ การเสียภาษีตามมูลค่า และการเสียภาษีแบบผสม เป็นไปตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 มาตรา 16

ฐานภาษีสำหรับพลังงานไฟฟ้าคือการเสียภาษีตามมูลค่า ซึ่งตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 มาตรา 17 โดยกรณีของสินค้าถือตามราคาขายปลีกแนะนำโดยไม่รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งกรณีของพลังงานไฟฟ้าราคาขายปลีกจะถูกควบคุมตามราคาค่าพลังงานไฟฟ้าที่คณะรัฐมนตรี คณะกรรมการนโยบายพลังงานแห่งชาติ (กพข.) คณะกรรมการบริหารนโยบายพลังงาน (กบง.) คณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน (กกพ.) กำหนดให้จัดเก็บ

อัตราภาษีสรรพสามิต

อัตราภาษีสรรพสามิตมีพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 กำหนดบัญญัติพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิตเอาไว้ในตอนท้าย โดยมีการกำหนดอัตราภาษีสรรพสามิตสำหรับสินค้าแต่ละประเภทไว้แตกต่างกัน

ในต่างประเทศการเก็บภาษีสรรพสามิตจากพลังงานไฟฟ้าส่วนใหญ่จะกำหนดอัตราการจัดเก็บที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันในแง่ที่กำหนดอัตราการเสียภาษีไว้เพียง 1-2 อัตรา ไม่ว่าจะเป็นประเทศเยอรมนี ที่ใช้อัตราภาษีสรรพสามิตจากพลังงานไฟฟ้าในประเทศเยอรมนี คิดอัตรา 20.5 ยูโรต่อเมกะวัตต์ เป็นไปตามมาตรา

3 นอกจากนี้ยังมีการยกเว้นและลดอัตราตามมาตรา 9 เช่น มาตรา 9(1) ยกเว้นให้การผลิตพลังงานไฟฟ้าจากพลังงานหมุนเวียน และ มาตรา 9 (2) มีการลดอัตราภาษีสำหรับกิจการรถไฟ เสียภาษีในอัตรา 11.42 ยูโรต่อเมกะวัตต์ เป็นต้น (Stromsteuergesetz [Electricity Tax Act], § 2 Begriffsbestimmungen, § 3 Steuertarif and § 9 Steuerbefreiungen, Steuerermäßigungen. ; European Commission, 2017). ประเทศฝรั่งเศส ที่ใช้อัตราภาษีสรรพสามิตจากพลังงานไฟฟ้าในประเทศฝรั่งเศสตามปกติคือ 22.5 ยูโรต่อเมกะวัตต์ (Code des douanes [Customs Code], Titre X : Taxes diverses perçues par la douane, Chapitre 1er : Taxes intérieures. Article 266 quinquies C 8.B. ; Michel Guénaire et al., 2018) ซึ่งทั้งสองประเทศอยู่ภายใต้กฎหมายของสหภาพยุโรปซึ่งกำหนดอัตราการจัดเก็บสำหรับพลังงานไฟฟ้าไว้เพียง 2 อัตราเท่านั้น คือ อัตราสำหรับผู้ประกอบธุรกิจ อัตราขั้นต่ำคือ 0.5 ยูโรต่อเมกะวัตต์ และไม่ใช่ผู้ประกอบธุรกิจ อัตราขั้นต่ำคือ 1.0 ยูโรต่อเมกะวัตต์ (COUNCIL DIRECTIVE 2003/96/EC, ANNEX I, Table C. — Minimum levels of taxation applicable to heating fuels and electricity)

ดังนั้นเพื่อให้สอดคล้องกับการควบคุมการบริโภคพลังงานไฟฟ้าให้อยู่ในปริมาณที่เหมาะสมและสนับสนุนการผลิตพลังงานไฟฟ้าจากพลังงานสะอาด ควรกำหนดอัตราภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้าออกเป็น 2 อัตราคือ

- 1) พลังงานไฟฟ้าที่ผลิตจากพลังงานทั่วไป ควรเก็บจากอัตราที่สามารถควบคุมการบริโภคพลังงานไฟฟ้าได้ เช่น ประเทศในสหภาพยุโรปที่มีการกำหนดอัตราภาษีสำหรับพลังงานไฟฟ้าของตนเองจากการปล่อยปริมาณคาร์บอนเฉลี่ย การจัดเก็บจากอัตราดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงต้นทุนทางสิ่งแวดล้อม และ
- 2) พลังงานไฟฟ้าที่ผลิตจากพลังงานสะอาดให้เก็บในอัตรา 0 เพื่อให้มีการคืนภาษีแก่ผู้ผลิตพลังงานไฟฟ้าที่ผลิตจากพลังงานสะอาด

การยกเว้นภาษีสรรพสามิต

การยกเว้นภาษีตามปกติคือการไม่เก็บภาษี แต่ภาษีสรรพสามิตเป็นภาษีที่จัดเก็บจากการบริโภค การจัดเก็บในอัตรา 0 (Ignaciuk, 2019) จะก่อให้เกิดประโยชน์สูงกว่าการยกเว้น เนื่องจากผู้ที่มีหน้าที่เสียภาษีสรรพสามิตสามารถขอคืนภาษีดังกล่าวได้ โดยผู้ที่สามารถขอคืนภาษีคือผู้ผลิตพลังงานไฟฟ้าที่ผลิตจากพลังงานสะอาด เป็นการลดต้นทุนค่าไฟฟ้าแก่ผู้บริโภคอีกทั้งยังเป็นการจูงใจให้การใช้พลังงานไฟฟ้าที่ผลิตจากพลังงานสะอาด นำไปสู่การสนับสนุนการผลิตพลังงานไฟฟ้าที่ผลิตจากพลังงานสะอาดต่อไป

ตัวอย่างของการเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้าในประเทศไทย

อัตราค่าพลังงานไฟฟ้าในปัจจุบันแบ่งเป็นหลายขั้นตอน

- 1) พิจารณาประเภทของผู้ใช้ไฟฟ้าโดยประเภทของผู้ใช้พลังงานไฟฟ้าแบ่งแยกออกเป็น 8 ประเภท (การไฟฟ้านครหลวง, 2561) มีดังต่อไปนี้ 1. บ้านอยู่อาศัย 2. กิจการขนาดเล็ก 3. กิจการขนาดกลาง 4. กิจการขนาดใหญ่ 5. กิจการเฉพาะอย่าง 6. ส่วนราชการและองค์กรที่ไม่แสวงหากำไร 7. สูบน้ำเพื่อการเกษตร 8. ไฟฟ้าชั่วคราว ซึ่งแต่ละประเภทมีการคิดอัตราไฟฟ้าแตกต่างกัน

2) พิจารณาอัตราค่าไฟฟ้าในลักษณะขั้นบันได คือ หากใช้พลังงานไฟฟ้าน้อยอัตราค่าไฟฟ้าก็น้อย ขณะที่หากใช้พลังงานไฟฟ้ามากขึ้นก็มีค่าไฟฟ้าสูงขึ้นตามไปด้วย โดยจะยกตัวอย่างจากกรณีบ้านอยู่อาศัย ซึ่งบ้านอยู่อาศัยจะการคิดอัตราค่าไฟฟ้าแบ่งออกเป็นสองกรณีใหญ่ ดังนี้กรณีที่ใช้พลังงานไฟฟ้าไม่เกิน 150 หน่วยต่อเดือน จะมีอัตราค่าไฟฟ้าต่อหน่วยอยู่ที่ 2.3488 – 4.4217 บาทต่อหน่วย และกรณีที่ใช้พลังงานไฟฟ้าเกิน 150 หน่วยต่อเดือน จะมีอัตราค่าไฟฟ้าต่อหน่วยอยู่ที่ 3.2484 – 4.4217 บาทต่อหน่วย โดยวิธีการกำหนดว่าบ้านอยู่อาศัยใดจะเข้าเกณฑ์ใดจะมีหลักเกณฑ์พิจารณาตามที่การไฟฟ้ากำหนด

ทั้งนี้การแบ่งกรณีการใช้พลังงานไฟฟ้า ยังส่งผลกับค่าบริการต่อเดือนด้วย กรณีที่ใช้พลังงานไฟฟ้าไม่เกิน 150 หน่วยต่อเดือน จะมีค่าบริการอยู่ที่ 8.19 บาทต่อเดือน และกรณีที่ใช้พลังงานไฟฟ้าเกิน 150 หน่วยต่อเดือน จะมีค่าบริการอยู่ที่ 38.22 บาทต่อเดือน

3) พิจารณาค่า Ft ซึ่งเป็นค่าไฟฟ้าที่ปรับเปลี่ยนเพิ่มขึ้นหรือลดลง ตามการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านเชื้อเพลิงและค่าซื้อไฟฟ้า ที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของการไฟฟ้าฯ ตามปกติจะมีการปรับปรุงทุก 4 เดือน (มกราคม – เมษายน, พฤษภาคม – สิงหาคม, กันยายน – ธันวาคม) และ

4) หลักเกณฑ์ Time of Use (TOU) เป็นตัวกำหนดอัตราค่าไฟฟ้าจากความต้องการการใช้พลังงานไฟฟ้าซึ่งส่งผลต่อต้นทุนการผลิต หากใช้ไฟฟ้าในช่วงเวลา On Peak และ Off Peak ก็ยังส่งผลให้ค่าไฟฟ้ามีลักษณะที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ช่วงเวลา On Peak จะอยู่ในเวลา 09.00 – 22.00 น. ของวันจันทร์ – วันศุกร์ และค่าไฟฟ้าช่วง Off Peak จะอยู่ในเวลา 22.00 – 09.00 น. วันจันทร์ – วันอาทิตย์ และเวลา 00.00 – 24.00 น. วันเสาร์ – วันอาทิตย์และวันหยุดราชการตามปกติ (ไม่รวมวันหยุดชดเชย) ดังนั้นหากใช้ไฟฟ้าในเวลาใดก็ส่งผลกระทบให้ค่าไฟฟ้าแตกต่างกัน

ตัวอย่างจำลองการเก็บภาษีสรรพสามิตเทียบกับอัตราค่าไฟฟ้าประเภทที่ 1 บ้านอยู่อาศัยใช้อัตราค่าไฟฟ้า ณ วันที่ 13 ธันวาคม 2561 โดยเทียบเคียงการคำนวณค่าไฟฟ้าจะต้องแบ่งออกเป็นกรณีตามลักษณะการคำนวณพลังงานไฟฟ้า โดยมีขั้นตอน 9 ขั้นตอนนี้ 1. ค่าความต้องการพลังไฟฟ้า (Demand:กิโลวัตต์) 2. ค่าพลังงานไฟฟ้า (Energy:หน่วย) 3. ค่าบริการ (Service Charge) 4. ค่า Ft. 5. ค่า P.F. 6. รวมขั้นที่ 1-5 7. ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Vat) 8. ภาษีสรรพสามิต (Excise Tax) 9. รวมค่าไฟฟ้าที่เรียกเก็บ

โดยอัตราภาษีสรรพสามิตที่นำมาใช้ในการคำนวณคือ ร้อยละ 10 เพื่อแสดงเป็นตัวอย่าง เนื่องจากเป็นไปในลักษณะเดียวกันกับภาษีมูลค่าเพิ่ม (หากไม่มีการลดอัตราภาษีลงตามพระราชกฤษฎีกาฯ) สามารถเทียบเคียงและเป็นตัวอย่างที่ง่ายเพื่อการศึกษา อย่างไรก็ตามอัตราภาษีผู้ศึกษาเสนอคืออัตราที่ก่อให้เกิดเสถียรภาพและประสิทธิภาพในการควบคุมการบริโภคพลังงานไฟฟ้า หรืออัตราที่สนับสนุนการผลิตพลังงานไฟฟ้าที่ผลิตจากพลังงานสะอาด

ต่อไปนี้เป็น ตัวอย่างกรณีใช้พลังงานไฟฟ้าเกิน 400 หน่วยต่อเดือน (ดังแสดงในตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 ตัวอย่างกรณีใช้พลังงานไฟฟ้าเกิน 400 หน่วยต่อเดือน

ผู้บริโภคพลังงานไฟฟ้ามีปริมาณการใช้ไฟฟ้าพลังงาน 500 หน่วยต่อเดือน		
การปรับอัตราค่าไฟฟ้าโดย อัตโนมติ (Ft) -15.90 สตางค์ / หน่วย		
ส่วนที่ 1 ค่าไฟฟ้าฐาน		
1.1 ค่าพลังงานไฟฟ้า	อัตรา	บาท / หน่วย
15 หน่วย(กิโลวัตต์ชั่วโมง)แรก (หน่วยที่ 1 – 15)	2.3488	35.23
10 หน่วยต่อไป (หน่วยที่ 16 – 25)	2.9882	29.88
10 หน่วยต่อไป (หน่วยที่ 26 – 35)	3.2405	32.41
65 หน่วยต่อไป (หน่วยที่ 36 – 100)	3.6237	235.54
50 หน่วยต่อไป (หน่วยที่ 101 – 150)	3.7171	185.86
250 หน่วยต่อไป (หน่วยที่ 151 – 400)	4.2218	1,055.45
เกินกว่า 400 หน่วย (หน่วยที่ 401 เป็นต้นไป)	4.4217	442.17
รวม		2,016.54
1.2 ค่าบริการ		8.19
รวมค่าไฟฟ้าฐาน		2,024.73
ส่วนที่ 2 ค่าไฟฟ้าผันแปร (Ft)		
จำนวนพลังงานไฟฟ้า x ค่า Ft		-79.50
ส่วนที่ 3 ค่าภาษีมูลค่าเพิ่ม 7%		
(ค่าไฟฟ้าฐาน + ค่า Ft) x 7/100		136.17
ส่วนที่ 4 ค่าภาษีสรรพสามิต 10%		
(ค่าไฟฟ้าฐาน + ค่า Ft) x 10/100		194.52
รวมเงินค่าไฟฟ้า		2,275.92*

* ก่อนมีการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตค่าไฟฟ้าเท่ากับ 2,081.40 บาทต่อเดือน

การกำหนดอัตราเทียบเคียงจากบัญชีพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต ตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 โดยสินค้าที่ต้องเสียภาษีสรรพสามิตตามมูลค้ำมักจะกำหนดอัตราไว้ที่ร้อยละ 20-80 ซึ่งผู้ศึกษาเห็นว่าเหตุผลในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตของสินค้าแต่ละชนิดในบัญชีพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิตมีเหตุผลที่แตกต่างกัน รวมทั้งพลังงานไฟฟ้าไม่ใช่สินค้าที่เข้าหลักเกณฑ์ในการเลือกสินค้าเพื่อจัดเก็บภาษีสรรพสามิตกรณีปกติ แต่เป็นการเลือกจัดเก็บเพื่อวัตถุประสงค์พิเศษคือเพื่อควบคุมการบริโภคพลังงานไฟฟ้าและเพื่อสนับสนุนการผลิตพลังงานไฟฟ้าจากพลังงานสะอาด ทั้งนี้พลังงานไฟฟ้ามีประโยชน์ในการพัฒนาประเทศจึงไม่ควรที่จะจัดเก็บในอัตราที่สูงเกินไป

ดังนั้นหากมีการเก็บภาษีสรรพสามิตจริง จะยกตัวอย่างจากรายได้จากการขายพลังงานไฟฟ้า โดยไม่รวมสินค้าและบริการอื่น ในปี 2560 การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทยมีรายได้จากการขายพลังงานไฟฟ้าเป็นเงิน 490,826.01 ล้านบาท (การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย, 2561) หากคิดภาษีสรรพสามิตร้อยละ 10 จะได้เป็นเงินประมาณ 49,082.60 ล้านบาท เมื่อเทียบเคียงกับสินค้าต่างๆ ที่อยู่ในบัญชีพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิตแล้ว ในปี 2560 กรมสรรพสามิตจะสามารถจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากพลังงานไฟฟ้าได้สูงเป็นลำดับที่ 6 รองจากภาษีน้ำมันฯ ภาษีรถยนต์ ภาษีเบียร์ ภาษียาสูบ ภาษีสุรา ตามลำดับ (กรมสรรพสามิต, 2561) จะเห็นได้ว่ากรณีดังกล่าวก็ไม่ขัดแย้งกับหลักการอำนวยการจ่ายได้แก่รัฐซึ่งเป็นลักษณะภาษีที่ดี

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1. สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่าแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาษีมีการบ่งชี้ว่าภาษีสรรพสามิตเหมาะสมกับการนำมาใช้ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการบริโภค กล่าวคือ ภาษีสรรพสามิตจัดเก็บจากการบริโภคสินค้าที่รัฐต้องการให้มีการควบคุมให้อยู่ในปริมาณที่เหมาะสม ไปตรงกับแนวคิดของซัยสท์ธิ์ ตราซุช ธรรมในเรื่องที่ใช้ภาษีสรรพสามิตในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการนำภาษีสรรพสามิตใช้เพื่อควบคุมการบริโภคสินค้าที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของ Barthold (1994) รวมทั้งงานวิจัยของฐาปณี มหาราศิลป์ (2543) และ พงศศิษฐ์ ดำรงรัตน์ (2555) ที่กล่าวว่าภาษีสรรพสามิตเป็นภาษีที่มีความเหมาะสมที่รัฐจะนำมาใช้แก้ปัญหาสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตามหลักการดังกล่าวขัดแย้งกับหลักการภาษีที่ดีในข้อสี่ที่ว่าภาษีต้องมีความเป็นกลางทางเศรษฐกิจ เนื่องจากหลักการของภาษีสรรพสามิตนำมาใช้ในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยตรง ย่อมก่อให้เกิดการบิดเบือนทางเศรษฐกิจ

ประเทศที่มีการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากพลังงานไฟฟ้า คือประเทศในสหภาพยุโรป โดยสหภาพยุโรปกำหนดให้มี Council Directive 2003/96/EC ใช้ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากพลังงานไฟฟ้าเพื่อ 1) ลดการบิดเบือนจากการแข่งขันกำหนดอัตราภาษีที่แตกต่างกัน 2) ลดการบิดเบือนการแข่งขันระหว่างเชื้อเพลิงน้ำมันฟอสซิลกับแหล่งพลังงานอื่น 3) เพิ่มแรงจูงใจในการใช้พลังงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยลดการนำเข้าพลังงานและการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ 4) อนุญาตให้ประเทศสมาชิกเสนอแรงจูงใจทางภาษีให้แก่กิจการที่ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก นอกจากนี้ The energy directive ที่ประเทศสมาชิกสามารถปรับอัตราภาษีไปตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ของประเทศตน เป็นแนวคิดที่สนับสนุนการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะอย่าง สามารถนำมาปรับใช้กับการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้าในประเทศไทยได้

ประเทศไทยมีกฎหมายที่ใช้ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตอยู่แล้ว คือ พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 โดยกฎหมายดังกล่าวมีการกำหนดสินค้าที่จะต้องจัดเก็บภาษีเอาไว้ในบัญชีพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต ทำให้สามารถปรับปรุงให้การจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบันสอดคล้องกับงานวิจัยของกรณีพิพัย ชูพันธ์ (2554) และ อธิวรรณ สวรรค์วัฒนกุล (2556) ที่เสนอให้มีการบัญญัติ

พลังงานไฟฟ้าเข้าเป็นสินค้าในพระราชบัญญัติพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2527 อย่างไรก็ตามก็ตีกฎหมายที่ทั้งสองกล่าวถึงเป็นกฎหมายเก่า

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. การจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้าสามารถนำมาปรับใช้กับประเทศไทยได้จริงโดยจะต้องมีกฎหมายให้อำนาจไว้ ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายบัญญัติให้มีการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้า แต่เมื่อพิจารณาตามโครงสร้างของกฎหมายภาษีสรรพสามิตทำให้เห็นว่าสามารถจัดเก็บภาษีสรรพสามิตจากพลังงานไฟฟ้า โดยไม่ควรบัญญัติกฎหมายใหม่ แต่ควรใช้การตีความพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 และบัญญัติพลังงานไฟฟ้าเข้าเป็นสินค้าในบัญชีพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต

2. การบัญญัติพลังงานไฟฟ้าเข้าเป็นสินค้าในบัญชีพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิตตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 กฎหมายเปิดช่องให้สามารถเพิ่มเติมพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 โดยในปัจจุบันกรมสรรพสามิตมีอำนาจตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต ทั้งนี้ตามพระราชบัญญัติดังกล่าวมีการกำหนด บัญชีพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิตไว้ในส่วนท้ายโดยมีทั้งหมด 21 ตอน สำหรับสินค้า 16 ตอนและบริการ 5 ตอน เมื่อพิจารณาแล้วเห็นว่าพลังงานไฟฟ้ามีความเหมาะสมที่จะเข้าหลักเกณฑ์ในการเป็นสินค้า เนื่องจากแม้พลังงานไฟฟ้าจะไม่มีรูปร่าง แต่มีราคาและสามารถถือเอาได้ เข้าลักษณะของทรัพย์สินตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ โดยเมื่อเข้าเกณฑ์การเป็นสินค้าโดยสภาพแล้วพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ก็ได้เปิดช่องให้สามารถเพิ่มเติมสินค้าเข้าไปในบัญชีพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิตได้ในตอนที่ 16 สินค้าอื่น ๆ 16.90 สินค้าอื่น ๆ นอกจากตอนที่ 1 ถึงตอนที่ 15 ตามที่กำหนดโดยพระราชกฤษฎีกา ซึ่งในปัจจุบันก็ได้มีตัวอย่างพระราชกฤษฎีกากำหนดประเภทสินค้าตามพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 กำหนดให้ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เป็นเครื่องดื่มน้ำที่มีลักษณะผง เกล็ดฯ เป็นสินค้าที่ต้องจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเพิ่มเติม ดังนั้นหากต้องการที่จะจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้าก็ต้องตราพระราชกฤษฎีกา เพื่อให้สอดคล้องกับความในบัญชีพิกัดอัตราภาษีสรรพสามิต ตามพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ทั้งนี้เมื่อมีการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตเพิ่มเติมขึ้นมาย่อมส่งผลกับราคาของพลังงานไฟฟ้า เป็นไปตามหลักอุปสงค์และอุปทาน กล่าวคือ เมื่อสินค้ามีราคาสูงขึ้น การบริโภคสินค้านั้นย่อมลดลง (โรบิน เบต และ ไมเคิล บาร์กิน, 2550: 50-51 และ 57-58.)

3. หน่วยงานที่จะใช้ในการจัดเก็บคือ กรมสรรพสามิต เนื่องจากเป็นกรมที่มีหน้าที่ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตในปัจจุบัน มีความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต สามารถควบคุมตรวจสอบการจัดเก็บภาษีให้มีประสิทธิภาพ

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาอัตราภาษีที่มีความเหมาะสมในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้า โดยอาจเทียบเคียงจากต่างประเทศ หรือใช้อัตราที่ตรงกับวัตถุประสงค์ในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิต เช่น ปริมาณค่าเฉลี่ยในการปล่อยมลพิษจากการผลิตพลังงานไฟฟ้า หรือค่ากำจัดมลพิษในการผลิตพลังงานไฟฟ้า

2. ควรมีการศึกษาวิจัยผลกระทบจากการเก็บภาษีสรรพสามิตสำหรับพลังงานไฟฟ้าอย่างเป็นรูปธรรม มีการทดลองจัดเก็บและหาผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการจัดเก็บ เช่น หากมีการจัดเก็บแล้วจะส่งผลกระทบต่อการใช้พลังงานไฟฟ้าอย่างไร รวมทั้งสามารถใช้พลังงานสะอาดมาผลิตพลังงานไฟฟ้าเพิ่มขึ้นจากเดิมอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

กรมสรรพสามิต, ฝ่ายประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขานุการกรม. (2561). กรมสรรพสามิต รายงานประจำปี 2560. กรุงเทพมหานคร : อัมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

กรณีพิพัย ชูพันธ์. (2554). การปรับปรุงโครงสร้างกฎหมายภาษีสรรพสามิตเพื่อสิ่งแวดล้อม : ศึกษากรณีผลิตภัณฑ์พลังงานเชื้อเพลิงและไฟฟ้า. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเงินและภาษีอากร คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

การไฟฟ้านครหลวง. (2561). วิธี คำนวณค่าไฟฟ้า ด้วยตนเองสามารถทำได้อย่างไร [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2562, จาก <http://www.mea.or.th/content/detail/3293/3317/3926>

กลุ่มนักวิชาการภาษีอากร. (2557). ภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร 2557. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์.

ชัยสิทธิ์ ตราชูธรรม. (2558). คำสอนวิชากฎหมายภาษีอากร. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพมหานคร : อรุณการพิมพ์.

ฐาปณี มหาวารศิลป์. (2543). ภาษีสรรพสามิต : เครื่องมือนโยบายเพื่อแก้ปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม. วิทยานิพนธ์ รัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ทัศนีย์ เหลืองเรืองรอง. (2560). ความรู้ทั่วไปกฎหมายภาษี. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร : วิญญูชน.

ประพันธ์ คงเอียด. (2556). ปัญหาโครงสร้างฐานและอัตราภาษีสรรพสามิตรถยนต์. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขากฎหมายภาษี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ประภาศ คงเอียด. (2542). คำอธิบายภาษีสรรพสามิต. กรุงเทพมหานคร : บี.เจ. เพลท โปรเซสเซอร์.

พฤติชัย ดำรงรัตน์. (2555). การใช้ภาษีสรรพสามิตเพื่อการรักษาสิ่งแวดล้อม. กรุงเทพมหานคร : วิทยาลัยการยุติธรรม สำนักงานศาลยุติธรรม.

- โรบิน เบต และ ไมเคิล ปาร์กิน. (2550). **เศรษฐศาสตร์จุลภาค**, แปลโดย จุฑามาศ ทวีไพบูลย์วงศ์. กรุงเทพมหานคร : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- ศูนย์บริการข้อมูล กฟผ. (2561). **รายงานประจำปี 2560 การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย**. นนทบุรี : การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย.
- สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษา.(2555). **โครงการศึกษาวิจัยเรื่องการจัดทำประมวลกฎหมายภาษีสรรพสามิต**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อธิวรรณ สวรรค์วัฒนกุล. (2556). **การจัดเก็บภาษีการบริโภคพลังงานไฟฟ้า**. วิทยานิพนธ์นิติศาสตร์ มหาวิทยาลัย สาขากฎหมายภาษี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Barthold, T.A. (1994). Issues in the Design of Environmental Excise Taxes. **Journal of Economic Perspective**. 8(1): 133-138.
- Guénaire.M, Jothy,B. ,Lienhardt.P, Rambaud.A, and Nouel.G.L. (2018). **Electricity regulation in France: overview**. Paris: Thomson Reuters.
- European Commission. (2019). **EXCISE DUTY TABLES Part II Energy products and Electricity**. Retrieved June 27, 2019. from https://ec.europa.eu/taxation_customs/sites/taxation/files/resources/documents/taxation/excise_duties/energy_products/rates/excise_duties-part_ii_energy_products_en.pdf
- European Commission. (2017.). **Indirect taxes - Excise duty (EU harmonized) - Energy products and electricity : Germany**. Retrieved November 11, 2017, from http://ec.europa.eu/taxation_customs/tedb/taxDetails.html?id=4063/1499168099.
- Krzysztof Ignaciuk. (2019). **Promotion in Poland**. Retrieved June 4, 2019. <http://www.res-legal.eu/search-by-country/poland/tools-list/c/poland/s/rese/t/promotion/sum/176/lpid/175/>

การบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs – ประชากรรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร
อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

Waste Management under the principles of 3Rs – Civil State Policy of Samut
Sakhon City Municipality, Mueang Samut Sakhon District, Samut Sakhon Province

สุกัญญา กลิ่นชุ่ม*
(Suganya Klinchum)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-ประชากรรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร (2) ศึกษาปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-ประชากรรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร (3) ศึกษาปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอยมีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผล กับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-ประชากรรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ตัวแทนประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 398 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-ประชากรรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ในภาพรวมและรายด้านมีการบริหารจัดการอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้าน Recycle (การนำกลับมาใช้ใหม่) ด้าน Reduce (ลดการใช้) และด้าน Reuse (การใช้ซ้ำ)

2. ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs -ประชากรรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ในภาพรวมและรายด้านมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับ ดังนี้ ความตระหนัก ผู้นำชุมชน ความรู้ความเข้าใจ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

3. ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-ประชากรรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ในด้านผู้นำชุมชน ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความตระหนัก และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 สมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ คือ $\hat{Y} = 0.133 + 0.634 (x_1) + 0.689 (x_2) + 0.675 (x_3) + 0.684 (x_4)$

คำสำคัญ: การบริหารจัดการขยะมูลฝอย หลักการ 3Rs - ประชากรรัฐ

* วิทยานิพนธ์หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐประศาสนศาสตร์และสังคมศึกษา มหาวิทยาลัยนานาชาติ
แสตมฟอร์ด 76120 ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิตยา สีนเธาว์

Thesis Master of Public Administration Program Thesis Faculty of Public Administration and Social Studies
Stamford International University 76120

Corresponding author: klinchum.suganya@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research was to (1) study the level of Waste Management under the principles of 3Rs – Civil State Policy of Samut Sakhon City Municipality, Mueang Samut Sakhon District, Samut Sakhon Province. (2) study the factors of Waste Management under the principles of 3Rs – Civil State Policy of Samut Sakhon City Municipality, Mueang Samut Sakhon District, Samut Sakhon Province. (3) Study factors in Waste Management waste has a causal relationship With waste management under the principles of 3Rs – Civil State Policy of Samut Sakhon City Municipality, Mueang Samut Sakhon District, Samut Sakhon Province. The sample groups used in the research were representatives of the population living in Samut Sakhon Municipality area. Mueang Samut Sakhon District 398 people in Samut Sakhon Province with simple random sampling methods.

Findings:

1. Waste management under the principles of 3Rs – Civil State Policy of Samut Sakhon City Municipality, Mueang Samut Sakhon District, Samut Sakhon Province In the overall picture, and in each aspect, the management is at a high level in all aspects. Sort by order as follows : Recycle (reuse), Reduce (use reduction) and Reuse (reuse).

2. Factors in waste management under the principles of 3Rs – Civil State Policy of Samut Sakhon City Municipality, Mueang Samut Sakhon District, Samut Sakhon Province found that in the overall picture and in each aspect, there is practice at a high level in all aspects. Arranged in the following order : awareness, community leaders, knowledge, understanding And awareness of information.

3. Factors in waste management under the principles of 3Rs – Civil State Policy of Samut Sakhon City Municipality, Mueang Samut Sakhon District, Samut Sakhon Province In community leaders Knowledge and understanding Awareness And information recognition With statistical significance at the level of 0.001

Keywords: Waste Management, Principles of 3Rs – Civil State Policy

Article history:

Received 22 June 2019

Revised 31 July 2019

Accepted 1 August 2019

SIMILARITY INDEX = 3.13 %

1. บทนำ

การพัฒนาของประเทศไทยที่ผ่านมาเน้นการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และ โครงสร้างพื้นฐานเป็นสำคัญ แต่การพัฒนาประเทศนั้นมักส่งผลในด้านลบต่อประเทศในหลายด้านเช่นกัน ซึ่งสิ่งแวดล้อมเป็นปัญหาด้านหนึ่งที่นับวันจะยิ่งทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น ปัญหาขยะมูลฝอย น้ำเน่าเสีย อากาศเป็นพิษ ฯลฯ ซึ่งปัญหาเหล่านี้มักเกิดขึ้นมาพร้อมกับการขยายตัวของชุมชนเมืองและการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นควบคู่กัน การผลิตสินค้าและบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบต่าง ๆ มากมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น บรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ใช้วัสดุในการผลิตที่ยากต่อการกำจัดเป็นสาเหตุทำให้มีสิ่งปฏิกูลและสิ่งเหลือใช้ที่ไม่เป็นที่ต้องการในปริมาณที่มากขึ้น และส่งผลให้เกิดเป็นปัญหาขยะมูลฝอยในที่สุด (กาบแก้ว ปัญญาไทย, 2554 : 1)

ปัญหาขยะมูลฝอยเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นและสั่งสมมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน และการแก้ไขปัญหานั้นที่ผ่านมายังไม่สามารถที่จะตอบโจทยการแก้ไขได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร โดยในปัจจุบันสถานการณ์ขยะมูลฝอยชุมชนมีอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเป็นที่น่าวิตกโดยทั่วกันว่าหากจะต้องมีการเก็บขนขยะมูลฝอยและนำไปเข้าสู่ระบบการกำจัดทั้งหมดนั้น ต้องใช้ทรัพยากรมหาศาลในการบริหารจัดการ รัฐบาลจึงได้กำหนดให้ปัญหาขยะมูลฝอยเป็นวาระแห่งชาติ และมีกำหนดแผนในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ได้แก่ Road Map การจัดการขยะมูลฝอยและขยะอันตราย แผนแม่บทการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของประเทศ พ.ศ. 2559 – 2564 และแผนปฏิบัติการ “ประเทศไทย ไร้ขยะ” ตามแนวทาง “ประชารัฐ” ระยะ 1 ปี (พ.ศ. 2559 - 2560) (กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น, 2559 : 1) กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมร่วมกับกระทรวงมหาดไทย ร่วมกันจัดทำแผนปฏิบัติการ “ประเทศไทย ไร้ขยะ” ตามแนวทาง “ประชารัฐ” ระยะ 1 ปี (พ.ศ. 2559 - 2560) เป็นแนวทางเพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่การเป็นสังคมปลอดขยะ (Zero Waste Society) ซึ่งวางอยู่บนแนวคิด 3Rs – ประชารัฐ ซึ่งเป็นการจัดการที่ยั่งยืน คือ การลดปริมาณขยะจากแหล่งต้นทาง (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) หรือ ตามหลักการ 3Rs ซึ่งเป็นการจัดการขยะที่มุ่งเน้นการลดปริมาณขยะจากครัวเรือน ส่งเสริมการคัดแยกขยะจากต้นทาง เป็นการเพิ่มมูลค่าหรือแปรรูปขยะ ซึ่งจะส่งผลให้ปริมาณขยะในภาพรวมทั้งประเทศลดลง ทำให้ปริมาณขยะที่ต้องเข้าสู่ระบบการกำจัดลดลง และมีการกำจัดที่ถูกต้องเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย โดยดำเนิน การภายใต้หลัก “ประชารัฐ” คือ การคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการจัดการปัญหา ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน/ประชาสังคม ภาคการศึกษา และภาคการศาสนา (กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น และกรมควบคุมมลพิษ, 2559 : 2)

จังหวัดสมุทรสาคร เป็นจังหวัดที่มีศักยภาพการผลิตด้านประมงแบบครบวงจรและเป็นศูนย์กลางการผลิตอาหารทะเลที่สำคัญระดับสากล อีกทั้งยังอยู่ใกล้กรุงเทพมหานครทำให้มีศักยภาพในการเป็นแหล่งที่อยู่อาศัย ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และแหล่งอุตสาหกรรม นอกจากนี้ยังมีพื้นที่การเกษตร มีระบบชลประทาน คูคลอง กระจายทั่วพื้นที่ มีชุมชนหลากหลายชาติพันธุ์ ทำให้มีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว และมีรายได้ผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัด (GPP) ติดอันดับ 1 ใน 10 ของประเทศอย่างต่อเนื่อง จากการที่จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง มีการขยายตัวของภาคธุรกิจเอกชนและการขยายตัวของแหล่งที่อยู่อาศัย จากการอพยพย้ายถิ่นของประชากรจากจังหวัดต่าง ๆ และแรงงานต่างด้าว เข้ามาประกอบอาชีพเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมในหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาด้านขยะมูลฝอยที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว (จังหวัดสมุทรสาคร, 2561)

จากสภาพปัญหาดังกล่าวข้างต้น ซึ่งเป็นปัญหาที่มีความสำคัญต่อสังคม/ชุมชนในพื้นที่เขตเทศบาลนครสมุทรสาคร ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญในการจัดการขยะมูลฝอยของชุมชนในเขต พื้นที่เทศบาลนครสมุทรสาคร จึงมีความสนใจที่จะศึกษาการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-พระราชรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อนำผลจากการวิจัยไปสู่ประชาชนมีความรู้ที่ถูกต้องเกี่ยวกับขยะแต่ละประเภท การคัดแยกขยะที่ถูกต้อง และการนำขยะที่คัดแยกอย่างถูกต้องไปใช้ประโยชน์ มีจิตสำนึกที่เห็นถึงความสำคัญของการลดและการคัดแยกขยะมูลฝอย ทั้งต่อตนเอง ชุมชน ประเทศ และสังคมโลก ซึ่งสมาชิกของชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการขยะของตนเองนั้นเป็นส่วนหนึ่งของวิถีคิดแบบยั่งยืนและทำให้ภาคส่วนต่าง ๆ ในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการตามแนวทาง “พระราชรัฐ”

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-พระราชรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-พระราชรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
3. เพื่อศึกษาปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอยมีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผล กับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-พระราชรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพระราชรัฐ

ความหมายของพระราชรัฐ

ในยุคของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา คำศัพท์หนึ่งที่ได้ยินบ่อยในเกือบทุกเรื่องที่เกี่ยวข้องกับนโยบายรัฐบาล คือ คำว่าพระราชรัฐ ซึ่งรัฐบาลได้ประกาศใช้ยุทธศาสตร์พระราชรัฐ เพื่อให้ส่วนราชการต่าง ๆ ใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนประเทศไทยให้เกิดความสงบเรียบร้อย สามัคคี และพัฒนาประเทศไทยให้มีความเข้มแข็ง มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ได้จริง และได้ขยายความเพิ่มเติมด้วยว่า “พระราชรัฐเป็นการร่วมมือกันในการสร้างสรรค์ สร้างพลังในการทำความดีให้ประเทศชาติ ไม่ใช่เพื่อตนเองหรือข้าราชการ แต่ทำเพื่อประชาชนทุกคน...” (วัลภา เล็กวัฒนานนท์, 2559 : 1)

พระราชรัฐ ตามความหมายอย่างแคบในทางวิชาการ หมายถึง การที่ประชาชนและรัฐร่วมมือกันในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม สอดคล้องกับการรณรงค์ประชาสัมพันธ์ “สานพลังพระราชรัฐเพื่อเศรษฐกิจฐานราก” ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ภายใต้การขับเคลื่อนของหัวหน้าทีมเศรษฐกิจชุดใหม่ ดร.สมคิด จาตุศรีพิทักษ์ จึงหมายถึง ความร่วมมือร่วมใจของรัฐและประชาสังคม เพื่อร่วมแก้ปัญหาเศรษฐกิจและขับเคลื่อนการพัฒนา (อนุสรณ์ ธรรมใจ, 2558 : 9)

แผนปฏิบัติการ “ประเทศไทย ไร้อขยะ” ตามแนวทาง “พระราชรัฐ” ระยะ 1 ปี (พ.ศ.2559-2560)

คณะรัฐมนตรีได้มีมติ เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2559 เห็นชอบแผนปฏิบัติการ “ประเทศไทยไร้อขยะ” ตามแนวทาง “พระราชรัฐ” ระยะ 1 ปี (พ.ศ. 2559-2560) ภายใต้แผนแม่บทการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของประเทศ พ.ศ. 2559 – 2564 เป็นแนวทางในการปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดการขยะในระยะสั้นของหน่วยงานภาครัฐ

ภาคเอกชนและประชาชนโดยทั่วไปให้มีส่วนร่วมในการดำเนินการลดขยะที่ต้นทาง เพื่อวางรากฐานการดำเนินการจัดการขยะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน และเป็นแนวทางเพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่การเป็นสังคมปลอดขยะ (Zero Waste Society) ซึ่งวางอยู่บนแนวคิด 3Rs – ประชากร โดยแนวคิดพื้นฐาน คือ แนวคิด 3Rs การจัดการขยะมูลฝอยแบบผสมผสานที่เน้นการลด การคัดแยก และการใช้ประโยชน์จากขยะมูลฝอยให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยการใช้หลัก 3Rs และหลักการประชารัฐ เป็นหลักการที่คำนึงถึงหลักความรับผิดชอบต่อส่วนร่วมของทุกภาคส่วนทางสังคม (Participatory Principle) ในการจัดการขยะมูลฝอยและขยะอันตราย เพื่อความยั่งยืนในการบริหารจัดการในอนาคต โดยส่งเสริมบทบาทของทุกภาคส่วนในสังคม ด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ภาครัฐ การทั้งส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชน ภาคประชาชนและประชาสังคม ภาคการศึกษา และภาคการศาสนา ทั้งในกระบวนการการกำหนดนโยบาย การให้ข้อมูล การแสดงความคิดเห็น รวมตลอดไปถึง การออกแบบการคัดแยกขยะ การเก็บขน การกำหนดมาตรการ และการมีส่วนร่วมในพื้นที่ และการวางระบบการบริหารจัดการอย่างยั่งยืนในอนาคต (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น และกรมควบคุมมลพิษ, 2559 : 1 , 13-17)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการขยะมูลฝอย

ความหมายเกี่ยวกับขยะมูลฝอย

กรมควบคุมมลพิษ (2559 : 2-3) นิยามเกี่ยวกับขยะมูลฝอย (Solid waste) หมายความว่า เศษกระดาษ เศษผ้า เศษอาหาร เศษสินค้า เศษวัสดุ กุญแจพลาสติก ภาชนะที่ใส่อาหาร ถัง วัสดุสัตว์ หรือซากสัตว์รวมตลอดถึงสิ่งอื่นใดที่เก็บกวาดจากถนน ตลาด ที่เลี้ยงสัตว์หรือที่อื่น และหมายความรวมถึงมูลฝอยติดเชื้อ มูลฝอยที่เป็นพิษ หรืออันตรายจากชุมชนหรือครัวเรือน ยกเว้นวัสดุที่ไม่ใช้แล้วของโรงงานซึ่งมีคุณลักษณะและคุณสมบัติที่กำหนดได้ตามกฎหมายว่าด้วยโรงงาน

การบริหารจัดการขยะมูลฝอย

กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น (2559 : 11-12) ได้กล่าวถึงหลักการ 3Rs ระบุไว้ในแนวทางการปฏิบัติงานด้านการบริหารจัดการขยะมูลฝอยชุมชน โดยสามารถอธิบายสรุปได้ดังนี้

- 1) Reduce หมายถึง ใช้น้อยหรือลดการใช้ ซึ่งไม่ได้หมายความว่าห้ามใช้เพียงแต่ให้ใช้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ตามความจำเป็น หลีกเลี่ยงการใช้ของฟุ่มเฟือย เลือกใช้สินค้าที่มีอายุการใช้งานสูง
- 2) Reuse หมายถึง ใช้ซ้ำ เป็นหนึ่งแนวคิดในการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าโดยการนำสินค้าผลิตภัณฑ์ที่เราได้ใช้งานไปแล้วและยังสามารถใช้งานได้ กลับมาใช้ซ้ำให้คุ้มค่า บำรุงรักษาสิ่งของนั้น ๆ ให้มีอายุการใช้งานนาน ๆ หรืออาจจะนำไปให้ผู้อื่นไปใช้ต่อ หรือบริจาคก็ได้
- 3) Recycle หมายถึง แปรรูปใหม่ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานอย่างคุ้มค่าจนไม่สามารถใช้งานได้แล้ว และไม่สามารถนำมาใช้ซ้ำได้อีก สามารถรวบรวมนำมาขายให้กับชาเลนจ์หรือร้านรับซื้อของเก่าเพื่อส่งไปยังโรงงานสำหรับแปรรูป เพื่อนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

2.3 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับผู้นำชุมชน

วัฒนา พัชราวนิช (2544 : 1) ได้ให้ความหมายว่า ผู้นำ หมายถึง บุคคลที่ได้รับการ คัดเลือก โดยกลุ่มหรือได้รับการแต่งตั้งจากบุคคล หรือกลุ่มที่มีอำนาจเหนือกว่า ให้ทำหน้าที่บริหารกลุ่มและนำกลุ่มให้พัฒนาไปสู่ความเจริญก้าวหน้า หรือผู้นำกลุ่มอาจเป็นบุคคลที่เสนอตัวขึ้นมาบริหารกลุ่มเป็นบุคคลที่มีอำนาจ

หน้าที่วางแผน จัดระเบียบงานของกลุ่มให้ดำเนินไปสู่เป้าหมาย ผู้นำที่มีความสามารถไม่ว่าจะเป็นผู้นำที่มาจากลักษณะใด ก็จะสามารถทำตนให้เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม สามารถนำกลุ่มไปสู่ทิศทางที่ถูกต้องและมุ่งไปสู่ความสำเร็จก้าวหน้าและเป็นที่ยอมรับของกลุ่มโดยทั่วไป

2.4 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจ

Hosper (1988 : 136) กล่าวว่าความรู้ นับเป็นขั้นแรกของพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการจดจำซึ่งอาจจะโดยการนึกได้มองเห็น ได้ยินหรือ ได้ฟัง ความรู้นี้เป็นหนึ่งในขั้นตอนของการเรียนรู้โดยประกอบไปด้วยคำจำกัดความ หรือความหมายข้อเท็จจริงทฤษฎี กฎ โครงสร้าง วิธีการแก้ไขปัญหาและมาตรฐาน เป็นต้น ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า ความรู้เป็นเรื่องของการจำอะไรได้ ระลึกได้ โดยไม่จำเป็นต้องใช้ความคิดที่ซับซ้อนหรือใช้ ความสามารถของสมองมากนัก ด้วยเหตุนี้การจำได้จึงถือว่าเป็น กระบวนการที่สำคัญในทางจิตวิทยาและเป็นขั้นตอนที่นำไปสู่พฤติกรรมที่ก่อให้เกิดความเข้าใจ การนำความรู้ไปใช้ในการวิเคราะห์ การสังเคราะห์ การประเมินผล ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ได้ใช้ความคิดและความสามารถทางสมองมากขึ้นเป็นลำดับ ส่วนความเข้าใจ (Comprehension) นั้น Hosper ชี้ให้เห็นว่าเป็นขั้นตอนต่อมาจากความรู้ โดยเป็นขั้นตอนที่จะต้องใช้ความสามารถของสมองและทักษะในขั้นที่สูงขึ้น จนถึงระดับของการสื่อความหมาย ซึ่งอาจเป็นไปได้โดยการใช้ปากเปล่า ข้อเขียน ภาษาหรือการใช้ สัญลักษณ์โดยมักเกิดขึ้นหลังจากที่บุคคลได้รับข่าวสารต่าง ๆ แล้ว อาจจะโดยการฟังการเห็น การได้ยิน หรือเขียนแล้วแสดงออกมาในรูปแบบของการใช้ทักษะหรือการแปลความหมายต่าง ๆ เช่น การบรรยายข่าวสารที่ได้ยินมาโดยคำพูดของตนเอง หรือการแปลความหมายจากภาษาหนึ่งไปเป็นอีกภาษาหนึ่ง โดยคงความหมายเดิมเอาไว้ หรืออาจเป็นการแสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อสรุป หรือการคาดคะเนก็ได้

2.5 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความตระหนัก

Bloom ; et al (1971 : 273) ได้ให้ความหมายของ ความตระหนัก ไว้ว่า ความตระหนักเป็นขั้นต่ำสุดของอารมณ์และความรู้สึก (Affective domain) มีลักษณะเกือบจะคล้ายความรู้ตรงที่ความรู้และความตระหนักไม่เป็นลักษณะของสิ่งเร้า แต่ความตระหนักจะเกิดขึ้นเมื่อมีสิ่งเร้ามาทำให้เกิดความตระหนัก โดยไม่จำเป็นต้องเน้นประสบการณ์หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใด

2.6 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

Roger (1978 : 33-34) กล่าวว่า ปัจจัยที่เป็นแรงกระตุ้นให้บุคคลเป็นตัวตัดสินใจ เข้าร่วมกระทำกิจกรรมกับชุมชน คือ ปัจจัยช่องทางการสื่อสาร เป็นวิธีการที่ผู้ส่งข่าวสารไปยังผู้รับสารใน 2 ลักษณะ คือ ช่องทางการสื่อสารมวลชน (Mass Media Channel) เป็นวิธีการถ่ายทอด ข่าวสารที่เกี่ยวกับการสื่อสาร เช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร วารสาร และหนังสือประเภทอื่น ๆ เช่น ภาพยนตร์ วิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งมีความสำคัญในการเพิ่มความรู้ กระจายข่าวสาร สามารถเปลี่ยนแปลงทัศนคติของบุคคลได้ และช่องทางการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Channel) เป็นการติดต่อ ระหว่างบุคคลเพื่อถ่ายทอดข่าวสารระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ได้มากกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ และปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะส่วนตัว (Person Characteristic) ประกอบด้วย อายุ สถานภาพ ทางสังคม ฐานะทางเศรษฐกิจ รายได้ ขนาดที่ดิน และความสามารถเฉพาะอย่าง รวมถึงระดับการศึกษา

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐพงษ์ เสรีพาณิชย์การ (2553 : 46-49) วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการประยุกต์ใช้หลัก 3Rs ของผู้นำชุมชนในการลดปริมาณขยะ เทศบาลตำบลหนองไผ่ล้อม อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่าผู้นำชุมชนส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับหลักการ 3Rs ร้อยละ 61.21 มีความตระหนักในการให้ความสำคัญเกี่ยวกับหลักการ 3Rs ร้อยละ 57.8 ได้รับประโยชน์จากการปฏิบัติตามหลักการ 3Rs มีการยอมรับเกี่ยวกับหลักการ 3Rs ของผู้นำชุมชน ร้อยละ 56.0 ส่วนพฤติกรรมในการประยุกต์ใช้หลักการ 3Rs เพื่อลดปริมาณขยะ ผู้นำชุมชนมีการปฏิบัติค่อนข้างน้อย เนื่องจากเห็นว่าเกิดความยุ่งยากและทำให้เสียเวลา

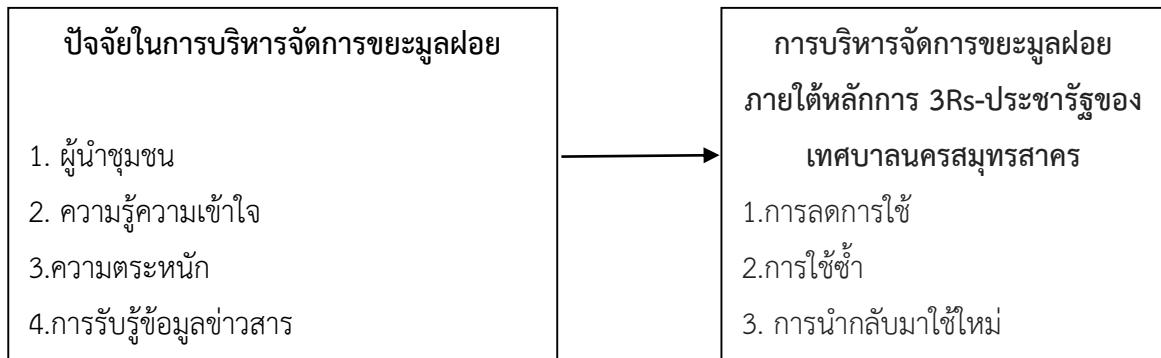
สารที สุกใส (2554 : 75-79) วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการจัดการขยะมูลฝอยของผู้นำชุมชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลกะลุวอเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการจัดการขยะมูลฝอยของผู้นำชุมชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลกะลุวอเหนือ ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการลดการเกิดขยะมูลฝอย ด้านการนำกลับมาใช้ใหม่ และด้านการคัดแยกขยะ ผู้นำชุมชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการลดการเกิดขยะมูลฝอย ส่งเสริมให้ใช้ตะกร้าและถุงผ้าไปตลาด ส่งเสริมการคัดแยกประเภทมูลฝอยจากต้นทาง คือ ระดับครัวเรือน มีการรณรงค์ให้ประชาชนกำจัดขยะประเภทต่าง ๆ รณรงค์ให้มีการนำขยะมูลฝอยมาใช้ใหม่ โดยการทำเป็นตัวอย่าง และให้คำปรึกษา แต่ยังมีบางส่วนที่มีพฤติกรรมในการบริโภคที่ไม่เหมาะสม คือยังใช้ถุงพลาสติก

เกียรติกุล ถวิล (2558 : 84-87) วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการจัดการขยะมูลฝอยในรูปแบบ 3R (Reduce, Reuse, Recycle) ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชลบุรี อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่าระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการขยะมูลฝอยในรูปแบบ 3R ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการกำจัดขยะมูลฝอยของอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกประเด็น สามารถเรียงอันดับได้ดังนี้ ด้านการคัดแยกขยะมูลฝอย ด้านการนำกลับมาใช้ใหม่ ด้านการลดการเกิดขยะมูลฝอยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการจัดการขยะมูลฝอยในรูปแบบ 3R (Reduce, Reuse, Recycle) ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชลบุรี อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี พบว่าปัจจัยด้านระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ ระยะเวลาที่อาศัยในพื้นที่ รายได้ในครัวเรือนต่อเดือน และการได้รับข้อมูลข่าวสารด้านการจัดการขยะ มีพฤติกรรมการจัดการขยะมูลฝอยแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพการสมรส จำนวนสมาชิกในครอบครัว และช่องทางในการรับข่าวสาร พบว่ามีพฤติกรรมการจัดการขยะมูลฝอยไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

เอกรัตน์ เลิศอวาส (2560 : 137-146) วิจัยเรื่อง การจัดการขยะมูลฝอยขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองกะป๋อ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ตามหลักการของ 3R ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในการจัดการขยะมูลฝอยขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองกะป๋อ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ในภาพรวม มีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก การจัดการขยะมูลฝอยขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองกะป๋อ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ตามหลักการของ 3R ในภาพรวมมีการจัดการขยะมูลฝอยอยู่ในระดับมาก และปัจจัยในการจัดการขยะมูลฝอยมีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการจัดการขยะมูลฝอยขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองกะป๋อ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ตามหลักการของ 3R อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-พระราชรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยโดยใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาประยุกต์ ได้แก่ วัฒนา พิศราวิช (2544 : 1) Hosper (1988 : 136) Bloom ; et al (1971 : 273) Roger (1978 : 33-34) และแผนปฏิบัติการ “ประเทศไทย ไร้ขยะ” ตามแนวทาง “ประชารัฐ” ระยะ 1 ปี (พ.ศ. 2559 – 2560) ของกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น และกรมควบคุมมลพิษ (2559 : 13-14)



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-พระราชรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการสำรวจ (Survey Research) มีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 68,208 คน (จังหวัดสมุทรสาคร, 2561)

กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Yamane (1973 : 727-728) ที่ระดับค่าความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อน 5% จำนวน 398 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) จากประชากรในเขตพื้นที่เทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ตอน การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 3 ท่าน มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องตามวัตถุประสงค์แต่ละข้อ (Index of Item Objective Congruence : IOC) ได้เท่ากับ 1.00 และนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Try-Out) กับบุคคลที่มีลักษณะเช่นเดียวกันกับประชากรและไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการคำนวณหาสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นสัมประสิทธิ์แอลฟา การบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-พระราชรัฐ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.936

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage) การแจกแจงความถี่ (Frequency) วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย และการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-พระราชรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และวิเคราะห์ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอยมีความสัมพันธ์เชิงเหตุ – ผลกับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-พระราชรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร โดยใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

4. ผลการวิจัย

1. การบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-พระราชรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ในภาพรวมและรายด้านมีการบริหารจัดการอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้าน Recycle (การนำกลับมาใช้ใหม่) ด้าน Reduce (ลดการใช้) และด้าน Reuse (การใช้ซ้ำ)
2. ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-พระราชรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ในภาพรวมและรายด้านมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับ ดังนี้ ความตระหนัก ผู้นำชุมชน ความรู้ความเข้าใจ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

ตารางที่ 1 ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ – ผลกับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs – พระราชรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย	การบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs – พระราชรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร				
	B	S.E.	สปส. Beta	t	Sig.
(ค่าคงที่)	0.133	0.124	-	1.072	0.284
1. ผู้นำชุมชน	0.634	0.370	0.650	17.000***	0.000
2. ความรู้ความเข้าใจ	0.689	0.340	0.711	20.122***	0.000
3. ความตระหนัก	0.675	0.390	0.652	17.104***	0.000
4. การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร	0.684	0.280	0.770	24.043***	0.000

หมายเหตุ * $P \leq 0.05$ R = 0.821 F = 817.783
 ** $P \leq 0.01$ R² = 0.674 ระดับนัยสำคัญ = 0.000
 *** $P \leq 0.001$ R²ปรับ = 0.673

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอยมีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-พระราชรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร โดยมีค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม (R) อยู่ในระดับ 0.821 และพิจารณาจากการปรับมาตรฐานของตัวแปร (Standardized Variables) ร้อยละ 67.30 – 67.40 ในการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ และค่า สปส. Beta เรียงตามลำดับดังนี้ ผู้นำชุมชน ($\beta_{\text{ผู้นำชุมชน}} = 0.650, \text{Sig.} = 0.000$) ความรู้ความเข้าใจ ($\beta_{\text{ความรู้ความเข้าใจ}} = 0.711, \text{Sig.} = 0.000$) ความตระหนัก ($\beta_{\text{ความตระหนัก}} = 0.652, \text{Sig.} = 0.000$) และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ($\beta_{\text{การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร}} = 0.770, \text{Sig.} = 0.000$) กล่าวคือ การบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs – พระราชรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยด้านต่าง ๆ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ความรู้ความเข้าใจ ความตระหนัก และการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร

จากตารางสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = b_0 + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4$$

$$= 0.133 + 0.634 (\text{ผู้นำชุมชน}) + 0.689 (\text{ความรู้ความเข้าใจ}) + 0.675 (\text{ความตระหนัก}) + 0.684 (\text{การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร})$$

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1. สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-พระราชรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ด้านผู้นำชุมชน ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความตระหนัก และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-พระราชรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 สามารถอภิปรายเป็นรายด้าน ดังนี้

1. ด้านผู้นำชุมชน พบว่า ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ด้านผู้นำชุมชน มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-พระราชรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ด้านผู้นำชุมชน มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-พระราชรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ด้าน Reduce (ลดการใช้) ด้าน Reuse (การใช้อีก) และด้าน Recycle (การนำกลับมาใช้ใหม่) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ด้านผู้นำชุมชน มีผลหรือที่เป็นปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย และเป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้การบริหารจัดการขยะมูลฝอยสัมฤทธิ์ผลได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สารภี สุกใส (2554 : 75-79) วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการจัดการขยะมูลฝอยของผู้นำชุมชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลกะลุวอเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส ผลการวิจัยพบว่าพฤติกรรมการจัดการขยะมูลฝอยของผู้นำชุมชนใน

พื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลละวอเหนือ ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการลดการเกิดขยะมูลฝอย ด้านการนำกลับมาใช้ใหม่ และด้านการคัดแยกขยะ ผู้นำชุมชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการลดการเกิดขยะมูลฝอย

2. ด้านความรู้ความเข้าใจ พบว่า ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ด้านความรู้ความเข้าใจ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-ประชารัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และเมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ด้านความรู้ความเข้าใจ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ - ผลกับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-ประชารัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ด้าน Reduce (ลดการใช้) ด้าน Reuse (การใช้ซ้ำ) และด้าน Recycle (การนำกลับมาใช้ใหม่) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ด้านความรู้ความเข้าใจ มีผลหรือที่เป็นปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย และเป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้การบริหารจัดการขยะมูลฝอยสัมฤทธิ์ผลได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เอกรัตน เลิศอวาาส (2560 : 137-146) วิจัยเรื่อง การจัดการขยะมูลฝอยขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองกะป๋ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ตามหลักการของ 3R ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในการจัดการขยะมูลฝอยขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองกะป๋ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ด้านความรู้ความเข้าใจ มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการจัดการขยะมูลฝอยขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองกะป๋ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ตามหลักการของ 3R ด้านการลดการใช้ (Reduce) ด้านการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) และด้านการใช้ซ้ำ (Reuse) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

3. ด้านความตระหนัก พบว่า ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ด้านความตระหนัก มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-ประชารัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และเมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ด้านความตระหนัก มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-ประชารัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ด้าน Reduce (ลดการใช้) ด้าน Reuse (การใช้ซ้ำ) และด้าน Recycle (การนำกลับมาใช้ใหม่) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ด้านความตระหนัก มีผลหรือที่เป็นปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย และเป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้การบริหารจัดการขยะมูลฝอยสัมฤทธิ์ผลได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ญัฐพงษ์ เสรีพานิชย์การ (2553 : 46-49) วิจัยเรื่อง พฤติกรรมการประยุกต์ใช้หลัก 3Rs ของผู้นำชุมชนในการลดปริมาณขยะ เทศบาลตำบลหนองไผ่ล้อม อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่าผู้นำชุมชนส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับหลักการ 3Rs ร้อยละ 61.21 มีความตระหนักในการให้ความสำคัญเกี่ยวกับหลักการ 3Rs ร้อยละ 57.8 ได้รับประโยชน์จากการปฏิบัติตามหลักการ 3Rs มีการยอมรับเกี่ยวกับหลักการ 3Rs ของผู้นำชุมชน ร้อยละ 56.0

4. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร พบว่า ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-ประชารัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ในภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และเมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-ประชารัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอ

เมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ด้าน Reduce (ลดการใช้) ด้าน Reuse (การใช้ซ้ำ) และด้าน Recycle (การนำกลับมาใช้ใหม่) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอยด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีผลหรือที่เป็นปัจจัยในการบริหารจัดการขยะมูลฝอย และเป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้การบริหารจัดการขยะมูลฝอยสัมฤทธิ์ผลได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ เอกรัตน์ เลิศอวาาส (2560 : 137-146) วิจัยเรื่อง การจัดการขยะมูลฝอยขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองกะป๋ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ตามหลักการของ 3R ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยในการจัดการขยะมูลฝอยขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองกะป๋ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์เชิงเหตุ-ผลกับการจัดการขยะมูลฝอยขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองกะป๋ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ตามหลักการของ 3R ด้านการลดการใช้ (Reduce) ด้านการนำกลับมาใช้ ใหม่ (Recycle) และด้านการใช้ซ้ำ (Reuse) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ควรร่วมมือกันส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการลดขยะที่ต้นทางอย่างต่อเนื่อง
2. เทศบาลนครสมุทรสาคร ควรพัฒนาและส่งเสริมการบริหารจัดการขยะมูลฝอย สนับสนุนให้มีศูนย์รวบรวมขยะมูลฝอย ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสร้างเครือข่ายภาคประชาชน
3. เทศบาลนครสมุทรสาคร ควรรณรงค์ประชาสัมพันธ์สร้างความรู้ความเข้าใจ ปลุกจิตสำนึกที่ดีในการบริหารจัดการขยะมูลฝอยให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึง

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการวิจัยในเชิงคุณภาพ เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs – ประชากรรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
2. ควรทำการศึกษาการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs-ประชากรรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ตั้งแต่ระดับชุมชน ระดับตำบล ระดับเขตพื้นที่ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาปัญหาและทางแก้ไข นำไปสู่การบริหารจัดการขยะมูลฝอยของเทศบาลนครสมุทรสาครที่ดีและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
3. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่คาดว่าจะมีผลต่อการบริหารจัดการขยะมูลฝอยภายใต้หลักการ 3Rs – ประชากรรัฐ ของเทศบาลนครสมุทรสาคร อำเภอมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อศึกษาและสามารถนำไปเป็นแนวทางการบริหารจัดการขยะมูลฝอยในพื้นที่ให้มีประสิทธิภาพและเกิดผลสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมมลพิษ.(2559). คู่มือประชาชน การคัดแยกขยะมูลฝอยอย่างถูกวิธีและเพิ่มมูลค่า. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพมหานคร : บริษัท ฮีลท์ จำกัด.

- กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น. (2559). **แนวทางการปฏิบัติงานด้านการบริหารจัดการขยะมูลฝอยชุมชน “จังหวัดสะอาด”**. กรุงเทพมหานคร : กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น.
- กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น และกรมควบคุมมลพิษ. (2559). **แผนปฏิบัติการ “ประเทศไทย ไร้ขยะ” ตามแนวทาง “ประชารัฐ” ระยะ 1 ปี (พ.ศ.2559 – 2560)**. กรุงเทพมหานคร : กรมควบคุมมลพิษ.
- กอบแก้ว ปัญญาไทย. (2554). **การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการขยะมูลฝอยในพื้นที่เขตเทศบาลตำบลเกาะคา จังหวัดลำปาง**. การค้นคว้าแบบอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองและการปกครอง, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เกียรติกุล ถวิล. (2558). **พฤติกรรมในการจัดเก็บขยะมูลฝอยในรูปแบบ 3R (Reduce, Reuse, Recycle) ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชลบุรี อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี**. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการเมืองการปกครอง, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จังหวัดสมุทรสาคร. (2561). **ปัญหาสำคัญและการแก้ไขปัญหาของจังหวัด**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2561, จาก <http://www.samutsakhon.go.th/support40853/source/problem.pdf>
- ณัฐพงษ์ เสรีพาณิชย์การ. (2553). **พฤติกรรมในการประยุกต์ใช้หลัก 3Rs ของผู้นำชุมชนในการลดปริมาณขยะเทศบาลตำบลหนองไผ่ล้อม อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา**. การศึกษาอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วัฒนา พิชราวณิช. (2544). **ภาวะผู้นำและการจูงใจ**. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต. สาขา นโยบายสาธารณะ. บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏสมเด็จพระเจ้าพระยา.
- วัลภา เล็กวัฒนานนท์. (2559). **เครือข่ายการศึกษาประชารัฐ : นวัตกรรมในการปฏิรูปการศึกษาไทย**. *วารสารการศึกษาไทย*, 13(135), 18
- สารภี สุกใส (2554). **พฤติกรรมในการจัดการขยะมูลฝอยของผู้นำชุมชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบล กะลวเหนือ อำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส**. รายงานการศึกษารัฐศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น, วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อนุสรณ์ ธรรมใจ. (2558). **ประชารัฐ ประชานิยม และรัฐสวัสดิการ**. *กรุงเทพธุรกิจ* (1), 9.
- เอกรัตน์ เลิศอวาาส. (2560). **การจัดการขยะมูลฝอยขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองกะป๋ อำเภอบ้านลาด จังหวัดเพชรบุรี ตามหลักการของ 3R**. วิทยานิพนธ์หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- Bloom, B.S., Hastings, J.S, Madaus, Thomas, G.S. and Baldwin, S. (1971). **Hand Book on Formative and Summative Evaluation of Student Learning**. New York : McGraw-Hill.
- Hospers, J. (1988). **An Introduction to Philosophical Analysis**. New York : PrenticeHall.
- Roger, C. R. (1978). **Tagmemic phonology and natural generative phonology a comparison**. Research Papers of the Texas SIL at Dallas, 5. Dallas : Summer Institute of Linguistics.
- Yamane, Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. (3rd ed.). New York : Harper & Row, Publishers, Inc.

การศึกษาพฤติกรรมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม:
กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม
Study of Cultural Marketing Behavior of Tourists: Case Study
of Floating Market Tourism in Nakhon Pathom Province

วิริยา บุญมาเลิศ¹ และ ชัยฤทธิ์ ทองรอด²

(Wiriya boonmalert and Chairit Thongrawd)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม (2) เปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐมจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสานเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณเป็นหลักจากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพใช้ การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างจากผู้ประกอบการ 30 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า (1) พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า แรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน เรียงตามลำดับดังนี้ ด้านการเดินทาง ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ (2) การเปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คำสำคัญ: พฤติกรรมทางการตลาดของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวตลาดน้ำ จังหวัดนครปฐม

¹วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม 73170

College of Logistics and Supply Chain, Suansunandha Rajabhat University, Nakhon Pathom Education Center 73170,

²อาจารย์ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดนครปฐม 73170

Lecturer, College of Logistics and Supply Chain, Suansunandha Rajabhat University, Nakhon Pathom Education Center 73170

Corresponding author: wiriya.bo@ssru.ac.th

ABSTRACT

This study has the following objectives: (1) To study the behaviors and satisfaction of tourists towards cultural tourism: a case study of floating markets tourism in Nakhon Pathom Province; (2) To compare behaviors and satisfaction of tourists towards cultural tourism: a case study of floating markets tourism in Nakhon Pathom Province. The research is a mixed research between quantitative and qualitative research emphasizing quantitative research as a principle research. The sampling used is an accidental sampling. Research tools used are questionnaire and qualitative research used semi-structural in-depth interviews. Statistics used for analysis in the research are frequency counts, percentage, average, and standard deviation.

The research results found that: (1) The behaviors and satisfaction of the tourists towards cultural tourism: a case study of floating markets tourism in Nakhon Pathom Province, in general, was at a mid-level; and when considered by aspects, it was found that motivation was at a mid-level in all aspects, in this order: traveling, tourism attractiveness, servicing, facilities, and public relations; (2) comparison of behaviors and satisfaction of tourists towards cultural tourism: A case study of floating markets tourism in Nakhon Pathom Province, classified by personal factors, was found that tourists with different gender, age, education, profession, averaged monthly earning, and marital status, were statistically significant difference at .05 level; while tourists with different domicile had different levels of motivation in cultural tourism at a statistically significant level.

Keywords: Marketing Behavior of Tourists, Floating Market Tourism, Nakhon Pathom Province

Article history:

Received 23 June 2019

Revised 1 April 2020

Accepted 4 April 2020

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญของประเทศ และยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และสามารถสร้างรายได้หลักให้กับประเทศอย่างมหาศาล ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียน และยังกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจนำไปสู่การ สร้างอาชีพให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน และเป็นการกระจายรายได้ไปสู่แหล่งท่องเที่ยว ในภูมิภาคต่างๆ มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยองค์การการท่องเที่ยวโลก (World tourism organization: UNWTO) คาดการณ์ถึงจำนวนนักท่องเที่ยวไว้ว่า ในปีพ.ศ. 2553 จำนวนนักท่องเที่ยวในโลกจะเพิ่มสูงถึง 1 พันล้านคน และเพิ่มเป็น 1.56 พันล้านคน ในปีพ.ศ. 2563 (World tourism organization: UNWTO, 2006) โดยเฉพาะรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย วิถีชีวิต พิพิธภัณฑสถาน การแสดง แหล่งโบราณคดี ศิลปะ และการแสดงดนตรีพื้นบ้าน ประเพณี พิธีกรรมทางศาสนา ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงมีความหมายรวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นมา ได้แก่ สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน ศิลปวัตถุ พิพิธภัณฑสถาน ลักษณะการประกอบอาชีพที่มีความโดดเด่น สถานที่แสดงทางด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี การละเล่นพื้นเมืองต่างๆ งานหัตถกรรมและสินค้าในท้องถิ่นต่างๆ ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เป็นต้น

สำหรับ การท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม มีผู้วิจัยหลายท่าน ที่ทำการศึกษาถึงแนวทางและศักยภาพของจังหวัดนครปฐม ในด้านการท่องเที่ยว อาทิ งานวิจัยของ ดวงสมร พักสังข์ (2552) ได้ทำการศึกษาการสำรวจทุนทางสังคมและการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม ผลการวิเคราะห์ทุนทางสังคม พบว่า ชาวชุมชนเทศบาลตำบลศาลายามีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดสนิทสนมกันมาก โดยจะพบเห็นได้จากการที่คนในชุมชนจะมีการทำกิจกรรม งานบุญประเพณีต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวศาลายา เช่น งานประเพณีแข่งเรือ งานวันเด็ก งานวันสงกรานต์ รวมทั้งมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกันในการทำกิจกรรมหรืองานต่างๆ เช่น งานบวช งานแต่งงาน เป็นต้น และชาวชุมชนเทศบาลตำบลศาลายายังมีการพบปะพูดคุยกันผ่านการประชุม ได้แก่ การประชุมระดับชุมชน ตลาดน้ำ (Floating Market) ถือได้ว่าเป็นรูปแบบการดำรงชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นที่ไม่เหมือนใคร เป็นการดำรงชีวิตของคนไทยในอดีตได้เป็นอย่างดี ทำให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีการจำหน่ายอาหาร สินค้าที่ระลึกของท้องถิ่น จึงเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันตลาดน้ำเป็นที่นิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่องทำให้มีการพัฒนาตลาดน้ำให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในหลายจังหวัด จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดในเขตมหานครที่มีอารยธรรมที่สำคัญเนื่องจากมีประวัติความเป็นมายาวนานในแผ่นดินสุวรรณภูมิ เป็นเมืองเก่าแก่มีความเจริญรุ่งเรืองในดินแดนสุวรรณภูมิ และเป็นราชธานีที่สำคัญในสมัยทวารวดี (ชัยฤทธิ์ ทองรอด, 2559)

เนื่องจากตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม เป็นตลาดน้ำที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้กรุงเทพฯมากที่สุด มีทั้งตลาดน้ำที่เก่าแก่ และตลาดน้ำที่จัดตั้งขึ้นใหม่ ที่รัฐบาลให้การส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเป็นช่องทางหนึ่งที่สามารถกระจายรายได้ให้กับเกษตรกร และรักษาวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนไว้ เพียงแต่นำศักยภาพที่มีอยู่ในพื้นที่ออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด และเพื่อให้ตลาดน้ำยังคงหลงเหลือวิถีชีวิต และดำเนินกิจกรรมไปควบคู่กับการท่องเที่ยวเพื่อสร้างงาน สร้างรายได้และคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของความเป็นสังคมไทยมิให้เลือนหายไป เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาชม มีส่วนร่วมรับรู้และสัมผัสเรื่องราววิถีชีวิตของชุมชนตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม

ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่มีต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัด นครปฐม ว่ามีปัจจัยอะไรที่นักท่องเที่ยวต้องการ และแหล่งท่องเที่ยวยังมี เพื่อนำผลจากการศึกษาพฤติกรรม นักท่องเที่ยวมากำหนดกลยุทธ์ และสร้างแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการบริหารจัดการตลาดน้ำให้นักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจสูงสุด กลับมาเที่ยวซ้ำ และบอกต่อกัน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษา การท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม
2. เปรียบเทียบพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พฤติกรรมหมายถึงกิจกรรมต่างๆที่สิ่งมีชีวิตกระทำและบุคคลอื่นสังเกตได้ หรือใช้เครื่องมือวัดได้ นอกจากนี้พฤติกรรมมิได้มีความหมายเฉพาะแต่การแสดงออกทางด้านร่างกายภายนอกอย่างเดียว แต่ยัง รวมถึงกิจกรรมภายในอันได้แก่ความรู้สึกอยากด้วย

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2538: 4) กล่าวว่าการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เข้านั้นมักจะ กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการท่องเที่ยว ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ระยะเวลาในการ ท่องเที่ยว และความตั้งใจในการท่องเที่ยว ซึ่งทั้งสามองค์ประกอบนั้นเป็นตัวที่สำคัญในการกำหนดการ ท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการอยากรู้ อยากเห็นของมนุษย์ องค์ประกอบเหล่านี้จึงเป็นกรอบสำหรับ กำหนดทิศทาง และขนาดของพฤติกรรมในการท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างกันออกไปจากข้อจำกัดของแต่ละ บุคคล ซึ่งได้แก่บุคคลที่มีรายได้ต่ำ มีรายได้น้อย หรือไม่ได้ตั้งใจที่จะท่องเที่ยว ย่อมมีความสามารถเที่ยวได้ใกล้ และเวลาสั้นๆเท่านั้น ในขณะที่คนมีรายได้สูง มีเวลามากและมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวในสถานที่ที่ทันสมัย และคุณภาพที่ดีกว่าผู้มีรายได้ต่ำ เป็นต้น

ปิยะพงศ์ มั่นกลิ่น (2554) ทำการศึกษาสภาพและศักยภาพของทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวของ ตลาดน้ำ 3 แห่ง ในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม ตลาดน้ำไทรน้อย และตลาดน้ำวัดตะเคียน รวมถึงเปรียบเทียบศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว และเสนอแนะแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยว บนพื้นฐานของ 4 ปัจจัยหลักรวม 12 ตัวชี้วัด จากการศึกษาพบว่า ในภาพรวมของทุกปัจจัยแล้ว ตลาดน้ำทั้ง 3 แห่งมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยตลาดน้ำไทรน้อยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.67 รองลงมาคือ ตลาดน้ำวัดตะเคียนมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 และตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรมมีคะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.25 ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบระดับคะแนนในแต่ละด้านระหว่างแหล่งท่องเที่ยวทั้งสามแห่งแล้ว พบว่า ทางด้าน ทรัพยากรนั้น ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรมมีความโดดเด่นมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 โดยเฉพาะการ เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีคะแนนสูงสุดเต็ม 5.00 ในขณะที่ทางด้านทางด้านการบริการนั้น ตลาดน้ำไทรน้อยมี

คะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.50 และมีความโดดเด่นทางด้านบริการทางการท่องเที่ยวซึ่งมีคะแนนจากการประเมินเท่ากับ 4.00 สำหรับในด้านการบริหารนั้น ตลาดน้ำไทรน้อยมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดเช่นเดียวกัน โดยมีค่าเท่ากับ 3.00 และมีความโดดเด่นทางด้านกรรวมกลุ่มและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนซึ่งมีคะแนนจากการประเมินเป็น 3.00 เท่ากัน และในด้านการตลาดนั้นพบว่า ตลาดน้ำวัดตะเคียนมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.25 โดยมีความโดดเด่นที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นทางการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ซึ่งมีคะแนนจากการประเมินเท่ากับ 4.00

ปริยาภรณ์ รัตนพงษ์ (2556) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนและสถานที่โดยรอบตลาดน้ำคลองลัดมะยม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวชุมชนรอบตลาดน้ำคลองลัดมะยม จำนวน 400 คน นำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติการทดสอบค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ จำนวนรวมทั้งสิ้น 6 คน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และสรุปผล โดยผลการวิจัย พบว่า ควรพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น เช่น เพิ่มสถานที่จอดรถและห้องน้ำ ควรมีการส่งเสริมการตลาดเพิ่มขึ้น เช่น การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ แจ้างข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ จัดการสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนให้สวยงาม จัดทำกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมทำกิจกรรมในชีวิตประจำวันของคนในชุมชน ควรปลูกฝังจิตสำนึกคนในชุมชนในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมบริเวณชุมชนและลำคลอง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ควรมีการวางแผนนโยบาย เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นวิถีชีวิตแก่ประชาชนในชุมชน

นิติพล ภูตะโชติ (2558) กล่าวว่า ส่วนผสมทางการตลาดของอุตสาหกรรมบริการ (Marketing Mix for Service Industry) หมายถึงกลุ่มของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรธุรกิจนำมาใช้เพื่อให้เกิดประโยชน์ และสามารถบรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายทางการตลาดของธุรกิจนอกจากนั้นยังนำมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและทำให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุดโดยส่วนผสมทางการตลาดของอุตสาหกรรมบริการ ประกอบด้วย 8 Ps (The Eight Components) มีรายละเอียด ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product or Service) หมายถึง สิ่งที่ธุรกิจมีเพื่อเสนอขายให้กับลูกค้าหรือผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์หรือบริการในอุตสาหกรรม

2) ราคา (Price) ในอุตสาหกรรมบริการจะมีความแตกต่างจากธุรกิจที่ผลิตสินค้าเพื่อขายโดยปัจจัยที่ส่งผลให้ราคาของอุตสาหกรรมบริการมีความแตกต่างกับธุรกิจประเภทอื่น

3) สถานที่ หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution) ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นการเลือกใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการเพื่อไปถึงผู้ใช้บริการซึ่งธุรกิจแต่ละประเภทอาจจะใช้คนกลางมากน้อยแตกต่างกัน ที่สำคัญคือเพื่อการกระจายสินค้าและบริการที่มีอยู่ไปให้ทั่วถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับช่องทางการจัดจำหน่ายในอุตสาหกรรม

4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การติดต่อสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่าง ๆ ของธุรกิจสามารถส่งไปถึงลูกค้าหรือผู้ใช้บริการได้อย่างครอบคลุม

5) กระบวนการให้บริการ (Process of Service) กระบวนการให้บริการเป็นขั้นตอน หรือวิธีการดำเนินงานของอุตสาหกรรมแต่ละประเภท ซึ่งจะมีกระบวนการ และขั้นตอนในการให้บริการแก่ลูกค้า แตกต่างกันไป

6) ประสิทธิภาพและคุณภาพของการบริการ (Productivity and Quality of Service) ประสิทธิภาพ และคุณภาพของงานบริการเกิดขึ้นจากปัจจัยหลายประการ เช่น บุคลากร เครื่องมือ เครื่องใช้ สิ่งอำนวยความสะดวก ระบบการบริหารจัดการที่ดี เป็นต้น

7) บุคลากร (People) หมายถึง พนักงานทุกคนในแผนกต่าง ๆ ที่ทำงานอยู่ในอุตสาหกรรมบริการถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในด้านการจัดการบริการที่มีคุณภาพ

8) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ลักษณะทางกายภาพของอุตสาหกรรมบริการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่มีส่วนช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ง่ายขึ้น ลักษณะทางกายภาพที่ดี หรือลักษณะทางกายภาพที่เด่นชัดจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าว่าเขาจะได้รับบริการที่ดีหรือไม่ ผิดหวังในการบริการ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาพฤติกรรมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เก็บข้อมูลแบบสอบถาม จากนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 200 คน และทำการวิจัยเชิงคุณภาพกับผู้ประกอบการ จำนวน 30 คน

เมื่อผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม และทำการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง และเก็บรวบรวมข้อมูลเรียบร้อยแล้ว ได้นำข้อมูลมาประมวลผลจากเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ ใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายให้ทราบถึงความพึงพอใจต่อการใช้บริการ ใช้ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานควบคู่กับค่าเฉลี่ย เพื่อแสดงลักษณะการกระจายของข้อมูล สถิติสรุปอ้างอิงใช้สถิติ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

4. ผลการวิจัย

1. ระดับแรงจูงใจในการศึกษาพฤติกรรมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน เรียงตามลำดับได้ ดังนี้ ด้านการเดินทาง ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ

2. การเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการศึกษาพฤติกรรมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการศึกษาพฤติกรรมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

3. ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างพบว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม พบว่า ด้านบุคลากรหรือคนต้องมีการพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีจิตอาสาในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ด้านการเงินหรืองบประมาณ ควรมีการส่งเสริมสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลหรือท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้านวัสดุอุปกรณ์หรือสิ่งของ ภาษาและการสื่อสารให้ความรู้เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสื่อสารกับชาวต่างชาติ ด้านการจัดการ จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดปริมนทลไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ควรมีการรวมกลุ่มกันในการให้ความช่วยเหลือ ประสานงาน และให้ข้อมูลซึ่งกันและกัน เพื่อเป็นเครือข่ายและสนับสนุนซึ่งกันและกัน และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของชุมชนควรมีการประชุม แจ้งข่าวสาร เปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการตลาด และการส่งเสริมให้นำสินค้าเฉพาะในท้องถิ่นเข้ามาจำหน่ายในตลาด

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1. สรุปและอภิปรายผล

1. ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ภูมิลำเนา อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา ลักษณะการเดินทาง และจำนวนครั้งที่มาเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการให้ความสำคัญต่อมิติการพัฒนา ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งอธิบายได้ดังนี้ นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยจะให้ความสำคัญกับมิติสิ่งแวดล้อมมากที่สุด นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก เนื่องจากบุคคลเหล่านี้มองว่าการให้ความสำคัญต่อการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ควรดำเนินการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่มีการศึกษาสูงจะให้ความสำคัญต่อมิติทางด้านสังคมมากที่สุด เนื่องจากบุคคลเหล่านี้มีความกังวลต่อความเป็นเอกลักษณ์ และตัวตนของชุมชนว่าจะสูญหายไป ส่วนปัจจัยเพศไม่มีความสัมพันธ์กับการให้นำหน้าการพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับ วีระพล ทองมา และประเจต อำนวย (2547) ที่เสนอความสำคัญของการท่องเที่ยวชุมชนว่า เป็นเรื่องของการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่นและผู้มาเยือน ในการที่จะดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่างๆของชุมชนที่มีอยู่ ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน

2. ลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการศึกษาพฤติกรรมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐม กล่าวคือผู้ประกอบการที่เริ่มสร้างเนื้อสร้างตัว มีอายุอยู่ระหว่าง 21-40 ปี เห็นว่า

ควรให้มีการพัฒนาในมิติทางด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่นเดียวกับระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า อนุปริญญาหรือเทียบเท่า และปริญญาตรีเนื่องจากผู้ประกอบการเหล่านี้ผ่านระบบการศึกษาและมีการติดตามข่าวสารผลกระทบทางด้านสิ่งแวดล้อม และมีความตระหนักว่าถ้าผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง มีการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมไม่ดีจะทำให้ผลประกอบการของพวกเขาตกลง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นักรบเถียรอำ (2552) ที่ศึกษาการสร้างชุมชนเข้มแข็งจากการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่าการสร้างภาพลักษณ์ให้กับการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้การบริหารจัดการตลาดและประสบความสำเร็จ

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. จากผลการวิจัยที่พบว่ายังขาดการสร้างแรงจูงใจและขาดงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานรัฐและท้องถิ่นควรสร้างแรงจูงใจในแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงงบประมาณในทุกด้านเพื่อการแก้ปัญหาของต่างคนต่างทำการสร้างความเข้าใจร่วมกัน

2. จากผลการวิจัยที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวก และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้เกี่ยวข้องควรดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวภูมิทัศน์/จัดสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ความสะอาด สถานที่จอดรถ การจัดบริการที่ฝากรถ รวมถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อย สวยงาม จัดทำป้ายบอกทางให้ชัดเจน

3. จากผลการวิจัยที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังขาดการประชาสัมพันธ์และการพัฒนาบุคลากร เจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ดังนั้นหน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องควรริบดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง โดยทุกหน่วยงานควรมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหรือการเป็นเจ้าของบ้านร่วมกัน มีการเสนอข่าวสารผ่านทางสื่อป้ายโฆษณาท่องเที่ยว รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสารมวลชน และทางเว็บไซต์ รวมถึงควรมีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาเจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ให้มีความรู้ทักษะการให้บริการด้วยใจในการท่องเที่ยวและมีกิจกรรมที่ดี

4. จากผลการวิจัยที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังขาดความรู้และการสื่อสารที่ดีกับนักท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องควรให้สถาบันการศึกษาได้มีบทบาทในการร่วมถ่ายทอด รวมถึงเป็นแหล่งวิชาการในการอบรมให้ความรู้กับผู้เกี่ยวข้องผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ และมัคคุเทศก์ ในเรื่องการท่องเที่ยวและภาษา รวมถึงเป็นหน่วยประสานกลางทางวิชาการ จัดอบรมหลักสูตรท้องถิ่นและจัดอบรมภาษาที่สำคัญให้กับบุคลากร

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งนี้เน้นการศึกษาพฤติกรรมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนครปฐมเท่านั้นผู้ที่สนใจอาจมีการขยายไปศึกษาการท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดอื่น ๆ ต่อไป

2. ด้วยข้อจำกัดของขนาดตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่างผู้วิจัยอาจมีการพัฒนาขยายขนาดของตัวอย่าง และปรับการสุ่มตัวอย่างให้คำนึงถึงโอกาสทางสถิติ

เอกสารอ้างอิง

- ชัยฤทธิ ทองรอด. (2559). การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม จังหวัด นครปฐม.วารสารดุสิตบัณฑิตทางสังคมศาสตร์, 6 (1), 124-134
- ดวงสมร พักสังข์. (2552). การสำรวจทุนทางสังคมและการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนใน เขตเทศบาลตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- นักรบ เถียรอำ. (2552). การสร้างชุมชนเข้มแข็งจากการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำ: กรณีศึกษา ตลาดน้ำ บางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์ดุสิตบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกริก.
- นิตพล ภูตะโชติ. (2558). ส่วนประสมทางการตลาดของอุตสาหกรรมบริการ. ขอนแก่น: คณะวิทยาการ จัดการ.มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปรียาภรณ์ รัตนพงษ์. (2556). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนรอบตลาดน้ำคลองลัดมะยม เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปิยะพงศ์ มั่นกลิ่น. (2554). ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำในจังหวัดนนทบุรีเพื่อการจัดการทรัพยากร การท่องเที่ยว. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วีระพล ทองมา และประเจต อำนาง. (2547). ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนใน พื้นที่ ตำบลแม่แรม อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่.มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. นครปฐม: สถาบันพัฒนาการสาธารณสุขอาเซียน มหาวิทยาลัยมหิดล ศาลายา.
- World Tourism Organization. (2006). UNWTO Tourism Highlights, 2006 Edition, UNWTO, Madrid, DOI: <http://doi.org/10.18111/9789284413492>.

การปรับตัวการใช้พลังงานระบบทำความเย็นของอาคารธุรกิจขนาดใหญ่ตามนโยบายภาครัฐ Adjusting energy by using cooling systems in large office buildings according to government policies.

เชิดชัย บุญแดนไพร*
(Cherdchai Boondanprai)

บทคัดย่อ

ดุษฎีนิพนธ์เรื่องการปรับตัวการใช้พลังงานระบบทำความเย็นของอาคารธุรกิจขนาดใหญ่ตามนโยบายภาครัฐมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัญหาของอาคารธุรกิจขนาดใหญ่ในการใช้พลังงานระบบทำความเย็นตามนโยบายภาครัฐ และ 2) ศึกษาการปรับตัวการใช้พลังงานของอาคารธุรกิจที่ต้องใช้ระบบทำความเย็นตามนโยบายภาครัฐ เลือกใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยเน้นทฤษฎีเชิงพื้นที่ เพราะเป็นวิธีที่เหมาะสมและเข้าถึงข้อเท็จจริงได้ดีที่สุดผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบด้วย 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้พลังงาน 2) กลุ่มอาคารธุรกิจขนาดใหญ่ที่ใช้ระบบчилเลอร์ รวมทั้งสิ้น 9 ราย ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ใช้เครื่องทำความเย็นระบบчилเลอร์โดยตรง

ผลการศึกษาพบว่า 1. ปัญหาของอาคารธุรกิจขนาดใหญ่ในการใช้พลังงานระบบทำความเย็นตามนโยบายภาครัฐประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ (1) การขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพและความรู้ (2) รัฐบาลการติดตามผล โดยให้ความสำคัญรายงานเอกสารมากกว่าการตรวจสอบคุณภาพหน้างานอย่างจริงจัง (3) นโยบายรัฐไม่ยืดหยุ่นต่อราคาเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องกับพลังงานให้มีราคาต่ำ (4) ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบพลังงานขาดการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเพียงพอ เพื่อกำหนดเป็นนโยบายการประหยัดพลังงานขององค์กร และ (5) รัฐไม่บังคับใช้กฎหมายด้านพลังงานอย่างจริงจัง

2. การปรับตัวการใช้พลังงานของอาคารธุรกิจที่ต้องใช้ระบบทำความเย็นตามนโยบายภาครัฐประกอบด้วย 4 ปัจจัย ได้แก่ (1) มีการวางแผนและควบคุมพร้อมสร้างความร่วมมือให้บุคลากรในองค์กรใช้พลังงานอย่างประหยัด (2) มีการตรวจสอบดูแลบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอและเลือกใช้อุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด (3) ติดตั้งพลังงานทางเลือก และ (4) พัฒนาบุคลากรที่รับผิดชอบด้านพลังงานให้มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ

คำสำคัญ : การปรับตัว การใช้พลังงาน ระบบทำความเย็น นโยบายภาครัฐ

* นักศึกษาหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี. 10170.

ดุษฎีนิพนธ์ภายใต้การดูแลของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉียบ ไทยยิ่ง

Doctor of public administration Faculty of Political Science Bangkokthonburi University 10170.

Corresponding author: Nuchjarin_25@hotmail.com

ABSTRACT

Dissertation on adjusting energy by using cooling systems in large office buildings according to government policies. The purposes of this research were to: 1) To study the problems in a large-scale office building use energy cooling systems according government policy. And 2) To study the adjustment of energy consumption of the business sector that requires cooling systems to state policies.

Data analyzed using qualitative research focusing on the grounded theories. The best way to access the facts to investigate (1) Energy expert (2) Large group of large-scale office building that use the Chiller system, a total of 9 people, which is the unit that uses the chiller cooling system directly.

The results of 1. the study showed were as follows the problems of large-scale office building use of energy cooling systems on government policy consisted of 5 factors (1) Shortage of qualified personnel and knowledge (2) Government lacks follow-up By giving priority to document reports rather than seriously checking the quality of the work site (3) The government policy is not flexible for the price of machinery related to energy to be low price. (4) Energy system experts lack sufficient knowledge to entrepreneurs. To define as energy saving policy of the organization (5) The state does not enforce energy laws seriously. And 2. the adjustment of energy consumption of the business sector that requires the cooling system to the government policy, consisting of 4 factors, namely (1) having planning and control, together with cooperation for personnel in the organization to use energy efficiently (2) Regular inspection, maintenance and selection of the most effective equipment (3) Install alternative energy (4) Develop personnel who are responsible for energy quality consistently.

Keyword : Adjusting, Energy by using, Cooling systems, Government policies

Article history:

Received 1 June 2019

Revised 22 June 2019

Accepted 28 June 2019

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. บทนำ

ประเทศไทย มีอัตราการใช้พลังงานพาณิชย์ขั้นต้น สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ต้องพึ่งพาพลังงานจากต่างประเทศ ประเทศไทยมีปริมาณการนำเข้าพลังงานถึง 57% ปี 2015 มีการใช้น้ำมันสำเร็จรูปสูงที่สุด 55% รองลงมาคือไฟฟ้า 32% พลังงานถูกใช้ในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมมากที่สุด 43% โดยประเทศไทยมีโรงงานควบคุมเพียง 4% และอาคารควบคุมไม่ถึง 1% แต่ใช้พลังงานสูงถึง 60% และ 24% ของการใช้พลังงานขั้นสุดท้ายปี 2015 ตามลำดับ การผลิตและความต้องการในการใช้ไฟฟ้าหลายภูมิภาคไม่สมดุลกัน ด้วยสภาพอากาศที่ร้อนอบอ้าวปริมาณการใช้ไฟฟ้าทั่วประเทศจึงสูงมากถึง 28,351.7 เมกะวัตต์ นอกจากนี้ราคาน้ำมันดิบที่ลดลงเหลือ 30 ดอลลาร์สหรัฐ/บาร์เรล แหล่งน้ำมันดิบในอ่าวไทยเริ่มลดกำลังการผลิต ข้อมูลพลังงานที่ได้กล่าวมาในขั้นต้น ส่วนใหญ่จะถูกนำมาใช้ในโรงงานและอาคารควบคุม ที่มีอยู่ประมาณ 8,519 แห่งทั่วประเทศ (กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน, กระทรวงพลังงาน 2560)

ปัจจุบันรัฐบาลมีแผนบริหารประเทศเพื่อก้าวสู่ยุค Energy 4.0 มีการกำหนดนโยบายแนวทางการบริหารพลังงานของประเทศ โดยกระทรวงพลังงานและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้ร่วมกันพิจารณาบนฐานข้อมูลที่ถูกต้องและเป็นมาตรฐานสากล โดยมุ่งเน้นเพื่อสร้างความมั่นคงทางพลังงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พลังงานของประเทศ เพื่อให้ประชาชนทุกคนได้ใช้พลังงานอย่างทั่วถึง เป็นธรรมและยั่งยืน กฎกระทรวงในเรื่องดังกล่าว เป็นหลักเกณฑ์ทำให้ในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมขนาดใหญ่เกิดการตื่นตัวในการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับนโยบายภาครัฐ การประหยัดพลังงานไฟฟ้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบทำความเย็น ซึ่งแบ่งออกเป็น (1) ระบบทำความเย็นทั่วไปตามบ้านพักอาศัย และอาคารสำนักงานขนาดเล็ก (2) ระบบทำความเย็นในโรงงานและอาคารพาณิชย์ขนาดใหญ่ เช่น ศูนย์การค้า อาคารสำนักงาน โดยเฉพาะประเทศไทยอยู่ในเขตภูมิอากาศร้อนชื้น เครื่องทำความเย็นระบบчилเลอร์จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อใช้ในการปรับอากาศ ถึงแม้จะมีต้นทุนต่อหน่วยเครื่องจักรสูง แต่ต้นทุนต่อหน่วยการใช้พลังงานมีค่าต่ำสุด เครื่องทำความเย็นระบบчилเลอร์จึงเป็นอุปกรณ์การทำความเย็นที่ช่วยประหยัดพลังงานและลดค่าใช้จ่ายต่อหน่วยได้ดีที่สุด

ดังนั้นไม่เพียงแต่เอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการทุกประเภทเท่านั้น แต่ยังมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศด้วย เนื่องจากการผลิตไฟฟ้าของประเทศไทยในปัจจุบันยังต้องพึ่งเชื้อเพลิงนำเข้าจากต่างประเทศ และมีแนวโน้มว่าจะต้องมีการนำเข้าเชื้อเพลิงเพิ่มมากขึ้นตามปริมาณความต้องการใช้ไฟฟ้าที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งยังส่งผลเกี่ยวข้องกับผู้รับหรือปฏิบัติตามนโยบายของกระทรวงพลังงานมากที่สุดก็คือ ผู้ใช้และผู้ให้บริการ ซึ่งทางธุรกิจแล้วผู้ใช้มีความพยายามลดต้นทุน ในขณะที่เดียวกันผู้ให้บริการย่อมเสนอบริการที่ดีที่สุดให้กับผู้ใช้บริการ แต่อย่างไรก็ตามเทคโนโลยีของระบบทำความเย็นก็มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาเช่นกันทำให้ทั้งผู้ใช้ และผู้ให้บริการได้รับผลกระทบและปรับตัวตามนโยบายภาครัฐ เพื่อผลประโยชน์ในการดำเนินกิจการของตน

จากเหตุผลที่กล่าวมานี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา “การปรับตัวการใช้พลังงานระบบทำความเย็นของอาคารธุรกิจขนาดใหญ่ต่อนโยบายรัฐ” ซึ่งเป็นหัวข้อที่ศึกษาครั้งนี้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาปัญหาของอาคารธุรกิจขนาดใหญ่ในการใช้พลังงานระบบทำความเย็นต่อนโยบายรัฐ
2. เพื่อศึกษาการปรับตัวการใช้พลังงานของภาคธุรกิจที่ต้องใช้ระบบทำความเย็นต่อนโยบายรัฐ

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 นโยบายและปัญหาการใช้พลังงานในประเทศไทย

พลังงานเป็นปัจจัยพื้นฐานที่สำคัญ ในการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน ของประชาชน และเป็นปัจจัยพื้นฐานการผลิต ในภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม ดังนั้น จึงต้องมีการจัดหาพลังงาน ให้มีปริมาณที่เพียงพอ มีราคาที่เหมาะสม และมีคุณภาพที่ดี สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐาน ของประชาชน และสามารถตอบสนอง ความต้องการใช้ ในกิจกรรมการผลิตต่างๆ ได้อย่างเพียงพอพลังงานที่เราใช้อยู่ในปัจจุบัน อาจแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ พลังงานสิ้นเปลือง และพลังงานหมุนเวียน โดยพลังงานสิ้นเปลือง คือ พลังงานที่ใช้แล้วหมดไป ซึ่งรวมถึงถ่านหิน หินน้ำมัน ทรายน้ำมัน น้ำมันดิบ น้ำมันเชื้อเพลิง และก๊าซธรรมชาติ ส่วนพลังงานหมุนเวียน หมายความรวมถึง พลังงานที่ได้จากไม้ ฟืน แกลบ กากอ้อย ชีวมวล น้ำ แสงอาทิตย์ ลม และคลื่นปัจจุบันการใช้พลังงานของโลก ประกอบด้วยเชื้อเพลิงฟอสซิล ซึ่งได้แก่ น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติและถ่านหินมีปริมาณรวมกันถึงร้อยละ 95 และอีกร้อยละ 2 มาจากพลังงานนิวเคลียร์ ส่วนที่เหลือร้อยละ 3 นำมาจากพลังงานประเภทอื่นๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นพลังงานหมุนเวียน เช่น พลังน้ำพลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานลม พลังงานชีวมวล พลังงานจากคลื่นในมหาสมุทร และพลังงานความร้อนใต้พิภพ เป็นต้น (ศราพร ไกรยะปักษ์, 2553)

2.2 นโยบายพลังงานของประเทศ

1. จัดหาพลังงานให้เพียงพอ กับความต้องการ มีคุณภาพ มีความมั่นคง และมีระดับราคาที่เหมาะสม โดยส่งเสริมให้มีการสำรวจ และพัฒนาแหล่งพลังงาน จากภายในประเทศ ขึ้นมาใช้ประโยชน์ ในขณะเดียวกัน ก็แสวงหาแหล่งพลังงาน จากภายนอกประเทศ เพื่อให้มีการกระจายแหล่งและชนิด ของพลังงาน
2. ส่งเสริมให้มีการใช้พลังงานอย่างประหยัด และมีประสิทธิภาพ ซึ่งนอกจากจะช่วยลดต้นทุนทางด้านเชื้อเพลิงในกิจกรรมการผลิตแล้ว ยังช่วยลดการลงทุนในการจัดหาพลังงานอีกด้วย โดยใช้ มาตรการด้านราคา และกลไกตลาดในการสร้างแรงจูงใจ ให้มีการใช้พลังงาน อย่างมีประสิทธิภาพ และมาตรการอื่นๆ ซึ่งประกอบด้วย การให้สิ่งจูงใจ การสร้างจิตสำนึก และมาตรการบังคับ การกำหนดมาตรฐาน ควบคุมกันไป
3. ส่งเสริมให้มีการแข่งขัน และเพิ่มบทบาทของภาคเอกชน ในกิจการพลังงาน เพื่อให้กิจการพลังงาน มีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีทางเลือก ได้รับบริการที่ดีมีคุณภาพ และราคา ที่เป็นธรรม อีกทั้งยังช่วยลดภาระการลงทุนของภาครัฐอีกด้วย
4. ป้องกันและแก้ไขปัญหา ทางด้านสิ่งแวดล้อม ที่เกิดจากการผลิตและใช้พลังงาน โดยส่งเสริมให้ มีการใช้เชื้อเพลิง ที่มีผลกระทบต่อสภาวะแวดล้อมน้อย และส่งเสริมให้มีการควบคุมมลพิษ โดยใช้เทคโนโลยี ควบคุมมลพิษ และมาตรฐานที่เหมาะสม

2.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายสาธารณะ

สมบัติ ชำรงธัญวงศ์ (2544: 208-209) กล่าวว่า นโยบายสาธารณะ คือ ผลของความสมดุลของการต่อสู้ระหว่างกลุ่ม ความสมดุลเหล่านี้เกิดขึ้นจากอิทธิพลระหว่างกลุ่มผลประโยชน์ที่ตกลงประนีประนอมกับการเปลี่ยนแปลง อิทธิพลของกลุ่มผลประโยชน์ใดที่คาดหมายได้ว่า จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนนโยบายสาธารณะที่เกี่ยวข้อง และนโยบายจะถูกเปลี่ยนทิศทาง ไปสู่กลุ่มที่มีอิทธิพลมากกว่า ส่วนกลุ่มที่มีอิทธิพลน้อยกว่าจะเป็นผู้สูญเสียผลประโยชน์

อุทัย เลหาวิเชียร (2543: 292-301) ได้เสนอเกี่ยวกับการศึกษากระบวนการนโยบายสาธารณะว่าแบ่งเป็น ขั้นตอนแรก คือ การกำหนดปัญหา ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นขั้นตอนเดียวกับเรื่องของการกำหนดนโยบายนั่นเอง ขั้นตอนที่สอง คือ การวิเคราะห์ทางเลือก เพื่อให้ผู้ตัดสินใจคำนึงถึงเป้าหมายและค่านิยมให้ชัดเจนว่า ทางเลือกใดเป็นทางเลือกที่ดีและเหมาะสมที่สุด ซึ่งท้ายที่สุดผู้ตัดสินใจจะเลือกทางเลือกที่สามารถบรรลุเป้าหมายและค่านิยมที่ดีที่สุด

มยุรี อนุมานราชชน (2547: 208) ได้ให้ความหมายว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง การแปลงวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ในนโยบายซึ่งอาจเป็นกฎหมายหรือคำสั่งของรัฐบาลหรือคณะรัฐมนตรีให้เป็นแนวทาง/แผนงาน/โครงการกิจกรรมที่เป็นรูปธรรมประกอบด้วยการจัดหาทรัพยากรต่างๆ เพื่อดำเนินการให้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์การวางแผนโครงการเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ที่กำหนดการออกแบบองค์การและการดำเนินงานให้เป็นไปตามแนวทางการดำเนินงานโครงการที่กำหนดไว้

2.4. ทฤษฎีการบริหารจัดการเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

วิเชียร วิทย์อุดม (2550: 261-265) อธิบายว่า การควบคุมในองค์การให้มีประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน คือ ให้องค์การจัดให้มีการควบคุมประสิทธิภาพของการปฏิบัติงาน ได้แก่

1. การควบคุมการผลิตและการปฏิบัติงาน เป็นการควบคุมการผลิตและการปฏิบัติงาน เป็นการตรวจสอบกระบวนการของการปฏิบัติงานในองค์การได้
2. การควบคุมทรัพยากรบุคคล คือในเรื่องของต้นทุนปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการแสวงหากำไร และการจัดการในเรื่องของค่าตอบแทนที่จะได้รับเงินส่วนต่างที่จะได้
3. การควบคุมการตลาด ในเรื่องของความเกี่ยวข้องกับการตลาด หรือ ผลเสียที่อาจจะเกิดขึ้นได้
4. การควบคุมทางการเงิน ในเรื่องของตัวชี้วัดและการควบคุมการดำเนินงานในด้านของปริมาณงานต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้ระเบียบวิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ มีกลยุทธ์หรือธรรมเนียมปฏิบัติ 5 วิธี แต่วิธีการที่เหมาะสมสำหรับการศึกษานี้ โดยใช้ทฤษฎีพื้นที่ (Grounded Theory) และกรณีศึกษา (Case Study) ซึ่งผู้วิจัยเห็นว่าเป็นวิธีที่เหมาะสมและเข้าถึงข้อเท็จจริงได้ดี หน่วยศึกษา คือ หน่วยองค์กรที่เกี่ยวข้อง

ประกอบด้วย (1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้พลังงาน (2) กลุ่มอาคารธุรกิจขนาดใหญ่ที่ใช้ระบบчилเลอร์ โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญจะต้องเป็นไปตามความเหมาะสมตามแผนการเลือกหน่วยศึกษา โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เก็บจากผู้บริหารด้านพลังงานของอาคารขนาดใหญ่ จำนวน 9 ราย เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงที่แปรเปลี่ยนตามสถานการณ์ ศึกษาปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นระยะยาวอย่างต่อเนื่อง โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการจัดเตรียมฐานข้อมูลเพื่อให้สามารถนำไปใช้วิเคราะห์ให้ง่ายขึ้น ด้วยการจัดทำกลุ่มข้อมูล เช่น การจำแนกหมวดหมู่ของข้อมูลให้เป็นระบบ มีการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ฯลฯ เพื่อความเชื่อมั่นของข้อมูลที่ได้นำไปสู่การนำเสนอผลการวิจัยต่อไป

4. ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัญหาของอาคารธุรกิจขนาดใหญ่ในการใช้พลังงานระบบทำความเย็นตามนโยบายภาครัฐ และ (2) เพื่อศึกษาการปรับตัวการใช้พลังงานของภาคธุรกิจที่ต้องใช้ระบบทำความเย็นตามนโยบายภาครัฐ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพได้มาจากการคัดเลือก 2 กลุ่ม คือ (1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้พลังงาน และ (2) กลุ่มอาคารธุรกิจขนาดใหญ่ที่ใช้ระบบчилเลอร์ รวมทั้งสิ้น 9 ราย ตัวแทนของหน่วยศึกษา ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจงจากหน่วยงานต่างๆ ซึ่งเป็นหน่วยงานโดยตรงที่บริหารงานเกี่ยวกับการใช้พลังงาน หน่วยงานที่ใช้เป็นตัวแทนในการศึกษา ได้แก่ วิศวกรผู้เชี่ยวชาญด้านพลังงานจำนวน 4 ราย และผู้บริหารด้านอาคารขนาดใหญ่ที่ใช้ระบบทำความเย็นчилเลอร์ จำนวน 5 ราย โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยทฤษฎีพื้นที่ และกรณีศึกษา เป็นวิธีที่เหมาะสมและเข้าถึงข้อเท็จจริง ผลการวิจัยมีดังนี้

1. чилเลอร์ หรือ chiller คือ เครื่องทำความเย็น เครื่องทำน้ำเย็น มีทั้งขนาดใหญ่และเล็ก หรือเรียกว่า mini chiller ที่มีหน้าที่ในการผลิตความเย็น ปรับลดอุณหภูมิ โดยใช้น้ำเป็นตัวหลักในการแลกเปลี่ยน หรือถ่ายเทความเย็นจากตัวเครื่องчилเลอร์ โดยชุดแลกเปลี่ยนความเย็นในระบบчилเลอร์ เรียกว่า evaporator เพื่อนำไปใช้กับโหลดที่ต้องการ เช่น เครื่องปรับอากาศแบบใช้น้ำเย็นจากเครื่องчилเลอร์ (ส่วนมากใช้ตามอาคารห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล และ โรงงานที่มีเครื่องปรับอากาศจำนวนมาก) ห้องต่างๆ ของอาคาร การระบายความร้อนของเครื่องจักร การนำไปใช้ระบายความร้อนของโหลดต่างๆ ที่ถูกออกแบบมาให้ระบายความร้อนด้วยน้ำเย็น จากระบบ chiller

2. หลักการทำงานของчилเลอร์ (Chiller) คือ จะนำสารทำความเย็นที่ถูกส่งมาจากคอมเพรสเซอร์ (Compressor) ที่มีแรงดันสูงและผ่าน การระบายความร้อนมาจากคอนเดนเซอร์ (condenser) จนมีสถานะเป็นของเหลวและแรงดันสูง มาลดแรงดันโดยผ่านอุปกรณ์ลดแรงดัน โดยส่วนมากนิยมใช้คือ เอ็กซ์แพนชันวาล์ว (expansion valve) และยังมีอุปกรณ์อื่นๆ เช่น ออร์ิฟิต วาล์ว (orifice valve) โดยในระหว่างการลดแรงดันของสารทำความเย็นที่ถูกส่งมาจากคอมเพรสเซอร์ และผ่านการระบายความร้อนด้วยคอนเดนเซอร์แล้วนั้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนสถานะของสารทำความเย็น และเกิดความเย็นจากการเปลี่ยนสถานะของสารทำความเย็น เราจึงนำความเย็นที่ได้จากการเปลี่ยนสถานะไปใช้งาน โดยการเปลี่ยนสถานะ การทำความเย็นนี้เกิดขึ้นหลังลดแรงดัน และอุปกรณ์ทำความเย็นและถ่ายเทความเย็นของสารทำความเย็นที่เปลี่ยนสถานะแล้วเราเรียกว่า อีเวปโปเรเตอร์ (evaporator) โดยใช้ปั๊มส่งน้ำให้ไหลผ่านชุดอีเวปโปเรเตอร์ เพื่อถ่ายเทความเย็นจาก

ชุดอีเวปเรเตอร์ และนำความเย็นที่ถูกถ่ายเทมาที่น้ำซึ่งเป็นน้ำเย็นแล้วไปใช้งาน ส่วนในระบบของสารทำความเย็นนั้น เมื่อถูกลดแรงดันและถ่ายเทความเย็นออกแล้วจะเปลี่ยนสถานะจากของเหลวแรงดันต่ำไปเป็นแรงดันต่ำ เนื่องจากสารทำความเย็นได้สูญเสียความเย็นในตัวเองให้กับชุดถ่ายเทความเย็น อีเวปเรเตอร์ ที่ถูกนำมาถ่ายเทความเย็นออกไปทำให้สารทำความเย็นมีอุณหภูมิสูงขึ้นจึงทำให้เกิดการเปลี่ยนสถานะของสารทำความเย็นเราเรียกว่าการเกิด superheat หรือ ความร้อนยิ่งยวด จนทำให้สารทำความเย็นกลายเป็นไอ (vapor) และถูกส่งกลับไปยังคอมเพรสเซอร์ (compressor) เพื่อเพิ่มแรงดันกลับมาเป็นวัฏจักร

3. ปัญหาของอาคารธุรกิจขนาดใหญ่ในการใช้พลังงานระบบทำความเย็นตามนโยบายภาครัฐ ผลการศึกษาค้นพบสาเหตุของปัญหา 5 สาเหตุ(ปัจจัย) ได้แก่ (1)การขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพและความรู้ (2) รัฐบาลการติดตามผล โดยให้ความสำคัญรายงานเอกสารมากกว่าการตรวจสอบคุณภาพหน้างานอย่างจริงจัง (3) นโยบายรัฐไม่ยืดหยุ่นต่อราคาเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องกับพลังงานให้มีราคาต่ำ (4)ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบพลังงานขาดการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเพียงพอ เพื่อกำหนดเป็นนโยบายการประหยัดพลังงานขององค์กร (5)รัฐไม่บังคับใช้กฎหมายด้านพลังงานอย่างจริงจัง

4. การปรับตัวการใช้พลังงานของภาคธุรกิจที่ต้องใช้ระบบทำความเย็นตามนโยบายภาครัฐ ผลการศึกษาค้นพบว่าผู้ประกอบการมีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐและความอยู่รอดของธุรกิจของตนเอง ประกอบด้วย 4 วิธีการ(ปัจจัย) ได้แก่ (1) มีการวางแผนและควบคุมพร้อมสร้างความร่วมมือให้บุคลากรในองค์กรใช้พลังงานอย่างประหยัด (2) มีการตรวจสอบดูแลบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอและเลือกใช้อุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด (3) ติดตั้งพลังงานทางเลือก (4) พัฒนาบุคลากรที่รับผิดชอบด้านพลังงานให้มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ

5. ข้อเสนอแนะว่าด้านปัญหา ขาดแคลนบุคลากรที่มีองค์ความรู้เกี่ยวกับระบบการใช้พลังงานด้านเครื่องทำความเย็นอย่างเพียงพอ รัฐบาลการตรวจสอบหน้างานและนโยบายด้านราคาเครื่องทำความเย็นไม่มีความชัดเจนที่จะสร้างแรงจูงใจลงทุนในเรื่องการประหยัดพลังงานได้อย่างทั่วถึงในด้านการปรับตัว ผู้ประกอบการมีความตระหนักในการลดค่าใช้จ่ายเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจซึ่งมีหลักและวิธีการทั้ง 4 วิธีการดังกล่าวข้างต้น

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1. สรุปและอภิปรายผล

จากการค้นพบว่า นโยบายรัฐไม่ยืดหยุ่นต่อราคาเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องกับพลังงานให้มีราคาต่ำ เป็นปัจจัยที่โดดเด่น ถูกยืนยันโดยการสำรวจข้อมูลที่มีความเหมือนกันมากที่สุด นอกจากนี้ยังพบปัจจัยที่สำคัญอีกหลายปัจจัยทั้งที่เหมือน และแตกต่างกัน สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้ดังนี้

1. ปัญหาของอาคารธุรกิจขนาดใหญ่ในการใช้พลังงานฯ โดยสรุปว่า สาเหตุของปัญหาเกิดขึ้นจาก (1) การขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพและความรู้เพราะบุคลากรเป็นหัวใจของการบริหาร ความสำเร็จของงานขึ้นอยู่กับคน (2) รัฐบาลการติดตามผล โดยให้ความสำคัญรายงานเอกสารมากกว่าการตรวจสอบคุณภาพหน้างานอย่างจริงจัง การติดตาม เป็นเครื่องมือสำคัญช่วยให้การจัดการโครงการมีประสิทธิภาพมากขึ้นช่วยให้ทราบปัญหา อุปสรรคสำคัญ และหามาตรการแก้ไขได้ทันการณ์ เพื่อทราบว่าโครงการบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่ และช่วยในการตัดสินใจว่าสมควรดำเนินโครงการต่อไปอย่างไรเพื่อหามาตรการแก้ไขได้

ทันการณ์ (3) นโยบายรัฐไม่ยึดหยุ่นต่อราคาเครื่องจักรที่เกี่ยวข้องกับพลังงานให้มีราคาต่ำ ราคาเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการบริหารงานอย่างมาก โดยสอดคล้องกับการศึกษาของ สุทธิชัย สุขสีเสน (2550) ได้ทำการศึกษามีส่วนร่วมและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วม ร่วมของประชาชน รวมทั้งปัญหา อุปสรรค แนวทางในการแก้ไขปัญหา และข้อเสนอแนะในการ ดำเนินการวางแผนพลังงานชุมชนในจังหวัดสงขลา พร้อมทั้งงานวิจัยของ พิเชษฐ์ ผดุงสุวรรณ (2551) ได้ทำการศึกษสมรรถนะของชุมชนในการจัดการพลังงานตามแผนพลังงานชุมชน และปัญหาอุปสรรคในการดำเนินการ โดยผู้บริหารจะต้องกำหนดกลยุทธ์ด้านราคาให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพการณ์ต่างๆ ขององค์กร (4) ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบพลังงานขาดการให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการเพียงพอเพื่อกำหนดเป็นนโยบายการประหยัดพลังงานขององค์กร บทบาทและความรับผิดชอบของผู้เชี่ยวชาญมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพงานขององค์กร และ(5) รัฐไม่บังคับใช้กฎหมายด้านพลังงานอย่างจริงจัง ปัจจุบันบทลงโทษยังไม่เกิดขึ้นทั้งยังมีการแทรกแซงหรือมีผลประโยชน์ทับซ้อนด้วย

2. การปรับตัวการใช้พลังงานของภาคธุรกิจฯ โดยสรุปว่า (1) มีการวางแผนและควบคุมพร้อมสร้างความร่วมมือให้บุคลากรในองค์กรใช้พลังงานอย่างประหยัดเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรจำเป็นต้องวางระบบในการดำเนินงานที่เหมาะสม โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศราพร ไกรยะปักษ์ (2553) ได้ทำการศึกษาศาภาพการจัดการพลังงานชุมชนของประเทศไทย พบว่า ในด้านการนำพลังงานหมุนเวียนพลังงานทางเลือกและอุปกรณ์พลังงานมาใช้ในชุมชน บางชุมชนเห็นว่ายังมีปริมาณพลังงานไม่เพียงพอเพื่อใช้บริโภคประจำวัน มีการตรวจสอบดูแลบำรุงรักษาอย่างสม่ำเสมอและเลือกใช้อุปกรณ์ที่มีประสิทธิภาพสูงสุด โดยเป็นไปตามคุณลักษณะเงื่อนไขการทำงาน และ (3) ติดตั้งพลังงานทางเลือกการบริหารจัดการพลังงานหมุนเวียนอย่างมีประสิทธิภาพ มีการสร้างแนวทางในการบริหารจัดการพลังงานหมุนเวียนเพื่อผลิตพลังงานใช้โดยวิเคราะห์สภาพปัจจัยภายในและสภาพปัจจัยภายนอกและความพร้อมขององค์กร

3. ข้อเสนอแนะให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการวางแผนและการกำหนดนโยบายในการใช้พลังงาน โดยโดยมุ่งเน้นเพื่อสร้างความมั่นคงทางพลังงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้พลังงานของประเทศ เพื่อให้ประชาชนทุกคนได้ใช้พลังงานอย่างทั่วถึง เป็นธรรมและยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Maria and Tsoutsos (2004) ได้ศึกษาการบริหารจัดการพลังงานหมุนเวียนอย่างยั่งยืน ของ เกาะเล็กๆ ในประเทศกรีซ โดยพิจารณากฎหมายด้านผลกระทบสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้ง Denis and Parker (2009) ได้ศึกษาการวางแผนพลังงานชุมชนในประเทศแคนาดา กรณีศึกษา บทบาทของพลังงานหมุนเวียน ซึ่งประเทศแคนาดาได้ให้ความสนใจในการวางแผน พลังงานซึ่งนำมาใช้ในระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่นมากขึ้น โดยด้านพลังงานให้มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ องค์กรมีการวิเคราะห์องค์กรก่อนที่จะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อยู่เสมอ โดยวิเคราะห์ถึงกลยุทธ์ เป้าหมาย และแผนงานขององค์กร ตลอดจนมีการวิเคราะห์งาน โดยการปรับปรุงเอกสารพรรณนาลักษณะงาน และเอกสารกำหนดคุณสมบัติซึ่งการวิเคราะห์องค์กรและการวิเคราะห์งานจำเป็นต้องนำไปสู่การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. บุคลากรถือได้ว่าเป็นตัวแปรหลักสำคัญในการใช้พลังงานภายในอาคาร หากบุคลากรภายในองค์กรมีความรู้และความเข้าใจในการดำเนินโครงการอนุรักษ์พลังงาน ซึ่งกระบวนการทำงานต่างๆ ภายในอาคาร จะสามารถลดขั้นตอนหรือลดเวลาการทำงานได้อย่างชัดเจน ส่งผลทำให้เกิดการใช้พลังงานที่ลดลง
2. ควรจัดให้มีการศึกษาดูงานภายนอกเพื่อกระตุ้นแนวคิดใหม่ให้กับกลุ่มบุคลากรภายในองค์กรเพิ่มสิ่งที่จะกระตุ้นให้บุคลากรนั้นเกิดการมีส่วนร่วม มีการดำเนินกิจกรรมการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่ต่อเนื่องนั้นจะส่งผลทำให้เกิดความยั่งยืนของการดำเนินงาน ดังนั้นรัฐจึงควรมีการพัฒนาในด้านนี้อย่างจริงจังโดยการร่วมกับสภาวิศวกรพัฒนาส่งเสริม สนับสนุนความพร้อมด้านความรู้และสร้างบุคลากรที่จะออกไปปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
3. ควรควบคุมบริหารจัดการระบบตรวจสอบในการวัดผลด้านพลังงานให้เป็นมาตรฐานมากยิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นให้ผู้ตรวจสอบพลังงานปฏิบัติตามจรรยาบรรณวิชาชีพของตนเพื่อตอบสนองต่อรัฐเป็นหลัก พร้อมพิจารณาผลตอบแทนอย่างเหมาะสมแก่บุคลากรที่ทำหน้าที่ด้านอนุรักษ์พลังงานอย่างทั่วถึง ส่งผลทำให้การตรวจสอบเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดเนื่องจากไม่มีผลจากกลไกของการทำธุรกิจระหว่างผู้ถูกจ้างและผู้ว่าจ้าง
4. การเลือกเปลี่ยนเครื่องจักรและอุปกรณ์ (Place) ที่มีคุณภาพและเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นอีกส่วนที่ทำให้เกิดผลประหยัดด้านพลังงานที่ชัดเจน รัฐจะต้องมีมาตรการลดภาษีสำหรับเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่มีผลโดยตรงเกี่ยวกับการประหยัดพลังงาน และการจัดหาโครงการเงินสนับสนุนซึ่งเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลทำให้ทีมผู้บริหารพิจารณาลงทุนได้ง่ายขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการลดพลังงานในภาพรวมอย่างยั่งยืนของประเทศ

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรได้มีการศึกษาต่อยอดว่า ถ้ามีการปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงระบบทำความเย็นเพื่อให้มีประสิทธิภาพและประหยัดพลังงานกว่าเดิมจะมีผลกระทบต่อบรรยากาศการทำงานและการบริหารจัดการในองค์กรอย่างไร
2. ประสิทธิภาพสูงสุดทั้งภาครัฐและเอกชนได้เข้าใจและเลือกใช้ระบบทำความเย็นที่เหมาะสมกับองค์กร ดังนั้นจึงควรได้มีการศึกษาว่า รัฐและเอกชนต้องมีวิธีการร่วมมือและแสวงหาแนวทางการถ่ายทอดความรู้เรื่องประหยัดพลังงานในระบบการทำความเย็นให้แก่องค์กรต่างๆ ได้ทั่วถึงอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน กระทรวงพลังงาน.(2560). **อัตราการใช้พลังงาน**. [ออนไลน์].
ค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2560 จาก <http://www.worldbank.org/th/news/press-release/2016/04/05/thailand-joins-world-bank-climate-change-alliance>
- พิเชษฐ์ ผดุงสุวรรณ. (2551). **สมรรถนะชุมชนในการดำเนินการตามแผนพลังงานชุมชน : กรณีศึกษา
องค์การบริหารส่วนตำบลทับปrik อำเภอเมือง จังหวัดกระบี่**. วิทยานิพนธ์สาขาการปกครองส่วน
ท้องถิ่น. คณะวิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น. มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- มยุรี อนุมานราชชน. (2547). **นโยบายสาธารณะแนวความคิดกระบวนการและการวิเคราะห์**. เชียงใหม่: คณะนิเทศ
การพิมพ์.
- วิเชียร วิทยอุดม. (2550). **การพัฒนาองค์การ**. กรุงเทพมหานคร : บริษัท ธนวิซการพิมพ์ จำกัด.
- ศราพร ไกรยะปักษ์. (2553). **รูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการพลังงานชุมชน**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยา
ศาสตรมหาบัณฑิต. สาขา การจัดการสิ่งแวดล้อม. คณะพัฒนาสังคมและ สิ่งแวดล้อม สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สมบัติ อารังธัญวงศ์. (2549). **นโยบายสาธารณะ: แนวความคิด การวิเคราะห์และกระบวนการ**. (พิมพ์ครั้งที่
12). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์เสมาธรรม.
- สุทธิชัย สุขสีเสน. (2550). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในโครงการวางแผนพลังงานชุมชน จังหวัดสงขลา**.
วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต แขนงวิชา บริหารธุรกิจ สาขาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อุทัย เลาหวิเชียร.(2543). **รัฐประศาสนศาสตร์: ลักษณะวิชาและมิติต่าง ๆ**. (พิมพ์ครั้งที่ 21).
กรุงเทพมหานคร. สำนักพิมพ์เสมาธรรม.
- Denis, G. St. and Parker, P. (2009). Community energy planning in Canada: The role of
renewable energy. **Renewable and Sustainable Energy Reviews**. 13(8): 2,0882,095.
- Maria, E. and Tsoutsos, T. (2004). The sustainable management of renewable energy sources
installations: legal aspects of their environmental impact in small Greek islands.
Energy Conservation and Management. 45: 631-638.

ความสำเร็จในการบริหารโครงการเพื่อยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามนโยบายประชารัฐ
Success of the Project Administration to Enhance the Village Potential
According to the Civil State Policy.

ธนบัตร ศรีสวัสดิ์*
(Tanabut Srisawat)

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยมี 3 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางประชารัฐแต่ละจังหวัด 2) เพื่อเปรียบเทียบปัญหาอุปสรรคของการบริหารงานโครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้าน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางประชารัฐของแต่ละจังหวัด และ 3) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการบริหารนโยบายรัฐสู่การปฏิบัติ

การวิจัยครั้งนี้มีลักษณะเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 60 คน ประกอบด้วย ปลัดอำเภอผู้รับผิดชอบโครงการ กำนันหรือผู้ใหญ่บ้านและประชาชนในพื้นที่ ข้อมูลที่เก็บได้นำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า การขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในหมู่บ้านเพื่อการแก้ไขปัญหาความต้องการของหมู่บ้าน ร่วมกันคิด ร่วมกันทำโครงการ โดยมีผู้นำหรือประธานผู้ให้ข้อเสนอแนะ กระตุ้นทางความคิด และให้ข้อมูลในการตัดสินใจ ตลอดจนมีการสร้างจิตสำนึกสาธารณะ ในการเข้ามาแก้ไขปัญหาพร้อมกัน นอกจากนี้ ประชาชนหรือผู้มีหน้าที่รับผิดชอบโครงการดังกล่าวได้เข้ามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อคัดเลือกโครงการที่ให้ประโยชน์ต่อพื้นที่ชุมชนมากที่สุด หลังจากที่ได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดของชุมชนนั้น พบว่า ชุมชน/หมู่บ้าน ได้เตรียมความพร้อมสำหรับการดำเนินโครงการตามนโยบายรัฐ ถึงแม้จะมีเวลากระชั้นชิด เร่งรัด แต่ก็สามารถดำเนินโครงการดังกล่าวสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดโดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนหมู่บ้านได้มีการจัดทำแผนความต้องการของประชาชนไว้แล้ว อีกทั้งมีความพร้อมในการร่วมกลุ่มด้วยความสมัครใจ มีการแสดงออกในการแสดงความคิดเห็นในนโยบายหรือโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อพื้นที่ของตนเอง

คำสำคัญ : การบริหารโครงการ ศักยภาพของหมู่บ้าน นโยบายประชารัฐ.

* นักศึกษาหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี 10170.
Doctor of public administration Faculty of Political Science Bangkokthonburi University. 10170
ดุษฎีนิพนธ์ภายใต้การควบคุมของ รองศาสตราจารย์ ดร.สกลิตย์ นิยมญาติ
Corresponding author: siripat_on@yahoo.com

ABSTRACT

The objectives of this study were threefold: 1) to compare the effectiveness of enhancing the village potential according to the Civil State policy; 2) to compare the problem and obstacles springing from the project administration concerning the enhancement of the village potential to drive the fundamental economy according to the Civil State policy; and 3) to seek guidelines for use in streamlining the project administration.

The study was qualitative in character. 60 key informants comprised the sample of the study. They included the following persons: deputy chiefs of district offices, “kamnan” or village headman, and some villagers of high caliber. The collected data were analyzed by using the content analysis.

The data analysis has shed light on the following facts: driving the fundamental economy brought about the people’s participation in solving the villages’ problems, in sharing ideas, in working together to craft various projects; all activities were supervised by community leader or official leaders; the leaders played a dominant part in making recommendations, creating new ideas, providing useful data for use in decision making, as well as creating volunteering – mind. In addition, people or government officials directly responsible for the projects would make final decisions in carrying out the most useful projects after they had exchanged views and ideas with the villagers and all stakeholders. It was noteworthy that community members or villagers were highly prepared for the operation of various projects according to the Civil State policy despite the time constraints; they expedited carrying out all the projects until completion notably the projects that had been planned in advance. Furthermore, the community members or villagers were fully prepared for forming groups in a voluntary fashion. By so doing, they were in a better position to express their views and ideas about the policies and projects that were most likely to be of great benefit to their localities.

Keyword : project administration, village potential, Civil State policy

Article history:

Received 3 June 2019

Revised 16 June 2019

Accepted 18 June 2019

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. บทนำ

กระทรวงมหาดไทยได้รวบรวมผลการดำเนินการภายหลังเสร็จสิ้นโครงการ โดยมีหมู่บ้านที่เสนอโครงการ ครบทุกหมู่บ้าน เป็นจำนวนโครงการทั้งสิ้น 85,443 โครงการ งบประมาณที่ได้รับอนุมัติ 14,907,249,120 บาท (พัชรินทร์ วรดิถี, 2559). โดยผลสำเร็จของโครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางประชารัฐ หรือโครงการหมู่บ้านละ 200,000 บาท นอกเหนือจากการเบิกจ่ายงบประมาณได้ตามเป้าหมายที่กำหนดเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับฐานรากแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ของประชาชนในแต่ละหมู่บ้านให้มีส่วนร่วมช่วยกันคิด ช่วยกันนำเสนอปัญหาและวิธีแก้ไขปัญหาได้ตรงกับความต้องการของหมู่บ้าน และช่วยกันทำอย่างเป็นระบบ ก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ เกิดความสมัครสมานสามัคคีภายในหมู่บ้าน/ชุมชน ตามแนวทาง “ประชารัฐ” ทั้งหมดนี้เพื่อเป็นการช่วยเหลือพี่น้องประชาชนให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

จังหวัดและอำเภอ ถือเป็นหน่วยงานสำคัญในส่วนภูมิภาค เป็นกลไกสำคัญของรัฐบาลในการทำหน้าที่ขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าวของรัฐไปสู่ประชาชนอย่างแท้จริง โดยร่วมมือรวมพลังทุกภาคส่วน เพื่อการขับเคลื่อนนโยบายรัฐไปสู่ความสำเร็จและเป้าหมายอย่างแท้จริง ดังจะเห็นได้จากขณะนี้โครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางประชารัฐ หมู่บ้านละ 200,000 บาท (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2559) ได้สำเร็จตามวัตถุประสงค์และบรรลุผลตามที่รัฐกำหนดเป้าหมายทุกประการ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 รัฐบาลได้จัดทำโครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางประชารัฐ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับพื้นที่ผ่านกลไกหมู่บ้าน ด้วยการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและคุณภาพชีวิตเพื่อสนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจและส่งเสริมการกระจายรายได้ให้ทั่วถึง เน้นการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน ยกระดับศักยภาพของหมู่บ้าน โดยการพัฒนาในด้านสังคมและคุณภาพชีวิตควบคู่ไปกับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจในพื้นที่ ภายใต้หลักผลประโยชน์ร่วมกันในชุมชนและแนวทางประชารัฐ รัฐบาลสนับสนุนงบประมาณในลักษณะเงินอุดหนุนทั่วไปแก่หมู่บ้าน เพื่อกิจการอันเป็นสาธารณประโยชน์ผ่านกระทรวงมหาดไทย (สำนักงานประสานงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ, 2559) หมู่บ้านละ 250,000 บาท จำนวน 74,655 หมู่บ้าน วงเงินรวม 18,663.75 ล้านบาท ผลการดำเนินการเมื่อสิ้นสุดโครงการหมู่บ้าน จำนวน 74,655 หมู่บ้านดำเนินโครงการ จำนวน 82,335โครงการ มีผลเบิกจ่ายทั้งสิ้น 18,648.7 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 99.98 ของวงเงินที่ได้รับอนุมัติ 18,663.75 ล้านบาท

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางประชารัฐ เพื่อค้นหาว่าในแต่ละจังหวัดมีปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อประสิทธิผลในการดำเนินนโยบายดังกล่าว ตลอดจนค้นหาปัญหาหรืออุปสรรคต่างๆ ในการดำเนินการตามโครงการดังกล่าว โดยผลการศึกษาที่ได้ นั้น จะนำไปเป็นแนวทางในการบริหารและขับเคลื่อนนโยบายอื่นๆ ที่มีอยู่และจะเกิดขึ้นในอนาคต อีกทั้งจะได้นำปัญหาหรืออุปสรรคที่พบจากการศึกษาครั้งนี้ไปปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้การดำเนินโครงการและการขับเคลื่อนนโยบายบรรลุผลสำเร็จมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์ต่อประชาชนสูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางประชารัฐของแต่ละจังหวัด
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัญหาอุปสรรคของการบริหารงานโครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางประชารัฐของแต่ละจังหวัด
3. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการบริหารนโยบายรัฐสู่การปฏิบัติ

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งจะแบ่งสาระของการทบทวนวรรณกรรมได้ดังนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่

การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ คือการปรับเปลี่ยนการบริหารจัดการภาครัฐโดยนำหลักการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบราชการและการแสวงหาประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ โดยการนำเอาแนวทางหรือวิธีการบริหารงานของภาคเอกชนมาปรับใช้กับการบริหารงานภาครัฐ ดังจะเห็นได้จาก มาตรา 3/1 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ.2545 รวมทั้งพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (กพร.) ได้จัดทำคู่มือเทคนิค และวิธีการบริหารจัดการสมัยใหม่ ตามแนวทางการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี ในฉบับที่ว่าด้วยการบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management) ผู้นำเป็นสิ่งสำคัญที่จะบริหารงานให้สำเร็จและมีประสิทธิภาพ คือ ผู้นำต้องมีภาวะผู้นำ ในการทำให้กระบวนการการทำงานที่เต็มไปด้วยพลังในการกระตุ้น ทางปัญญา ให้ผู้ตามเกิดความคิดสร้างสรรค์ ในแก้ไขปัญหาใหม่ ๆ การได้คิดแก้ไขปัญหาบ่อยครั้ง จะทำให้ผู้อื่นผูกพันและเต็มใจทำงาน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกันและการเป็นผู้นำต้องเน้นความสามารถในการสร้างแรงบันดาลใจให้บุคลากร เกิดความมุ่งมั่น และกระตือรือร้นด้วยตนเองในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร โดยไม่ใช้อำนาจที่มาจากการบังคับ แต่เป็นอำนาจที่เกิดจากความเคารพ (ทศพร ศิริสัมพันธ์, 2553)

2.2) แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำ

ทฤษฎีภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงตามแนวคิดของ Burns (1978) แนวคิดเรื่องภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงในระยะเริ่มแรกนั้น ถูกคิดขึ้นมาโดยเบอร์น จากงานวิจัยเชิงพรรณนาในเรื่องภาวะผู้นำทางการเมือง เบอร์นได้อธิบายไว้ว่าภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงเป็นกระบวนการซึ่งยกระดับคุณธรรมและแรงจูงใจของทั้ง ผู้นำและผู้ตามให้เพิ่มสูงขึ้น ผู้นำจะต้องมีคุณธรรม จริยธรรม และยกระดับจิตสำนึกของผู้ตามผ่านการแสดงอุดมคติและค่านิยมทางคุณธรรม และจริยธรรม เช่น เสรีภาพ ความยุติธรรม ความเท่าเทียมกัน ความสงบสุข และมนุษยธรรม ซึ่งค่านิยมเหล่านี้ ไม่ได้อยู่บนพื้นฐานของอารมณ์ เช่น ความกลัว ความโลภ ความริษยา หรือความเกลียดชัง นอกจากนี้ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงยังกระตุ้นให้ผู้ตามเกิดความต้องการที่สูงขึ้น

ตามลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's need hierarchy, 1954) ผู้ตามจะถูกยกระดับจาก “ตัวตนที่เป็นอยู่ในทุกๆวัน” ให้เป็น “ตัวตนที่ดีกว่า” (Burns, 1978: 19-20)

2.3) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน

Northouse (2004: 169) ได้เสนอพรรณนาเรื่องภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงว่าเป็นกระบวนการเปลี่ยนแปลงตัวบุคคลจากแบบหนึ่งไปสู่อีกแบบหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องอารมณ์ความรู้สึก ค่านิยม จริยธรรม มาตรฐาน และเป้าหมายในระยะยาว รวมไปถึงเป็นกระบวนการกระตุ้นแรงจูงใจของผู้ตาม การตอบสนองความต้องการ และการดูแลผู้ตามในฐานะที่เป็นเพื่อนมนุษย์ด้วยกัน นอกจากนี้ ภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงยังเป็นรูปแบบของอิทธิพลที่ผลักดันให้ผู้ตามประสบความสำเร็จมากเกินกว่าความคาดหวัง

Yukl (2006: 264) ได้กล่าวไว้ว่าภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงทำให้ผู้ตามเกิดความรู้สึกไว้วางใจ ชื่นชม จงรักภักดี และเคารพยกย่องในตัวผู้นำ และผู้นำแบบเปลี่ยนแปลงยังกระตุ้นให้ผู้ตามปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากเกิดความคาดหวัง ได้คัดเลือกตัวแปรสำคัญด้านภาวะผู้นำดังนี้ (1) ภาวะผู้นำ เชิงบารมี หรือการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Charismatic Leadership/Idealized Influence) (2) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspirational Motivation) (3) การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation) และ (4) การตระหนักถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration)

2.4) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน

อรพินท์ ส孚โชคชัย (2550) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง กระบวนการที่ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องมีโอกาสได้เข้าร่วมในการรับรู้ เรียนรู้ ทำความเข้าใจ ร่วมแสดงทัศนะ ร่วมเสนอปัญหา/ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง ร่วมคิดแนวทาง ร่วมแก้ไขปัญหา ร่วมในกระบวนการตัดสินใจ และร่วมกระบวนการพัฒนาในฐานะหุ้นส่วนการพัฒนา ส่วนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา ก็คือ กระบวนการที่เชื่อมโยงระหว่างภาครัฐ และภาคอื่นๆ นอกจากภาครัฐ เช่น ธุรกิจเอกชน ประชาชน ชุมชน และองค์กรต่าง ๆ ให้ได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการคิด ตัดสินใจ เพราะการพัฒนาที่ทรงพลังและยั่งยืนในสังคมประชาธิปไตย เกิดจากการพัฒนาที่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนได้ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมแรงร่วมใจในการดำเนินการ และร่วมรับประโยชน์จากการพัฒนา

เสาวลักษณ์ สุขวิรัช (2549) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม (Participation) ทุกคนในสังคมไม่ว่า ผู้หญิง หรือผู้ชายควรมีสติสัมปชัญญะในการตัดสินใจ ไม่ว่าจะโดยทางตรง หรือโดยผ่านสถาบันต่าง ๆ ที่เป็นตัวแทนโดยชอบธรรม ซึ่งเป็นปากเป็นเสียงแทนในการดูแลรักษาผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางอย่างนี้ย่อมต้องตั้งอยู่บนเสรีภาพที่จะรวมตัวกันได้ และแสดงออกได้ รวมทั้งความสามารถที่จะมีส่วนร่วมอย่างสร้างสรรค์

สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การที่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องในการดำเนินงานในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่อง ร่วมคิดหาแนวทางร่วมแก้ไขปัญหา ร่วมในกระบวนการตัดสินใจ ร่วมรับผิดชอบ โดยการร่วมมือ สนับสนุนการพัฒนาทั่วไปกับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ

2.4) โครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางประชารัฐ

ในช่วงที่ผ่านมาเศรษฐกิจไทยประสบภาวะชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากการส่งออกที่หดตัว ผลผลิตและราคาพืชผลทางการเกษตรที่สำคัญต่างๆ ปรับตัวลดลง ความผันผวนของราคาสินค้าโภคภัณฑ์ในตลาดโลก อันส่งผลกระทบต่อเนื่องถึงรายได้ของเกษตรกรซึ่งเป็นประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ และกำลังซื้อภาคประชาชนที่มีรายได้น้อยลง ประกอบกับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและผู้ประกอบการลดลงจึงส่งผลให้การบริโภคและการลงทุนภาคเอกชนชะลอตัวเมื่อต้นปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 รัฐบาลจึงได้จัดทำมาตรการส่งเสริมความเป็นอยู่ของประชาชนผู้มีรายได้น้อยเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจระดับฐานรากก่อให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และเงินทุนหมุนเวียนระดับชุมชนเพื่อให้เกิดการเจริญเติบโตกระจายไปทุกจังหวัดและลงพื้นที่ทั่วประเทศ ประกอบด้วย 2 มาตรการ คือ (1) มาตรการส่งเสริมความเป็นอยู่ระดับหมู่บ้าน โดยให้สินเชื่อกับกองทุนหมู่บ้าน และชุมชนเมืองที่ได้รับการจัดขึ้นเป็นกองทุนระดับ A และ B กองทุนละไม่เกิน 1 ล้านบาท วงเงิน 60,000 ล้านบาท (2) มาตรการส่งเสริมความเป็นอยู่ระดับตำบลเพื่อช่วยเหลือประชาชนผู้มีรายได้น้อย รวมถึงประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ และราคาสินค้าเกษตรตกต่ำจะช่วยให้เกิดการจ้างงาน การบริโภค และการลงทุนในระบบเศรษฐกิจโดยจัดสรรงบประมาณลงไปในระดับตำบล ตำบลละ 5 ล้านบาท 7,255 ตำบล คิดเป็นเงิน 36,275 ล้านบาท และเมื่อวันที่ 5 เมษายน 2559 จัดให้มีคณะกรรมการระดับอำเภอ เป็นผู้พิจารณาอนุมัติโครงการ โดยมุ่งเน้นโครงการที่เป็นสาธารณประโยชน์ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและ สังคม เป็นไปตามความต้องการของประชาชนในพื้นที่ รวมทั้งสอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่เน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืนและต้องเป็นโครงการที่สามารถดำเนินการได้ตามกรอบระยะเวลา (พัชรินทร์ วรดิถี 2559)

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการเชิงคุณภาพโดยเป็นการศึกษาที่มุ่งประเด็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการบริหารโครงการเพื่อยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามนโยบายประชารัฐ ดำเนินการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์จากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเชื่อมโยงกับเอกสารทางราชการในเรื่องต่าง ๆ จากบทความ รายงาน และงานวิจัยต่าง ๆ ทั้งใน และต่างประเทศที่เกี่ยวข้อง

ผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยกำหนดจังหวัดที่เป็นประชากรแบบเจาะจง โดยกำหนดจังหวัดในแต่ละภูมิภาคละ 2 จังหวัด กำหนดจังหวัดที่มีจำนวนประชากรมากที่สุดในแต่ละภูมิภาค แบ่งภูมิภาคตามการแบ่งของคณะกรรมการภูมิศาสตร์แห่งชาติภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ โดยแบ่งประเทศไทยออกเป็น 6 ภูมิภาค คือ

- 1) ภาคเหนือ ได้แก่จังหวัดเชียงใหม่ และเชียงราย
- 2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา และอุบลราชธานี
- 3) ภาคตะวันตก ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี และราชบุรี
- 4) ภาคกลาง ได้แก่ จังหวัดสมุทรปราการ และนนทบุรี
- 5) ภาคตะวันออก ได้แก่ จังหวัดชลบุรี และระยอง และ
- 6) ภาคใต้ ได้แก่ จังหวัด นครศรีธรรมราช และสงขลา รวมผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 60 คน ซึ่งเป็นผู้ที่มี

ส่วนเกี่ยวข้องและรับผิดชอบมาตรการดังกล่าวโดยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยมีเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ ตัวผู้ศึกษาเอง ที่จะต้องเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ตีความ โดยปราศจากอคติ (bias) โดยเฉพาะในงานภาคสนามที่เลือกใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการจัดเตรียมฐานข้อมูลเพื่อให้สามารถนำไปใช้วิเคราะห์ที่ง่ายขึ้น ด้วยการจัดทำกลุ่มข้อมูล เช่น การจำแนกหมวดหมู่ของข้อมูลให้เป็นระบบ มีการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เพื่อความเชื่อมั่นของข้อมูลที่ได้รับนำไปสู่การนำเสนอผลการวิจัยต่อไป

4. ผลการวิจัย

1. การเปรียบเทียบประสิทธิผลการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางพระราชรัฐแต่ละจังหวัด โดยสรุปว่า

1.1) โครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางพระราชรัฐจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า โครงการที่ดำเนินการแล้วไม่ได้ใช้ประโยชน์ ใช้ประโยชน์ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ หรือดำเนินโครงการ/กิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดเงินทุนหมุนเวียน ทำให้การดำเนินโครงการเพิ่มความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางพระราชรัฐในภาพรวมไม่บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการตามเจตนารมณ์

1.2) โครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางพระราชรัฐ จังหวัดเชียงราย พบว่า ได้รับอนุมัติงบประมาณโครงการเพิ่มความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางพระราชรัฐจำนวน 1,696 โครงการ ดำเนินการแล้วเสร็จตามระยะเวลา จำนวน 1,502 โครงการ (ร้อยละ 88.56) แล้วเสร็จเกินระยะเวลาจำนวน 181 โครงการ (ร้อยละ 10.67) อยู่ระหว่างดำเนินการ จำนวน 1 โครงการ (ร้อยละ 0.06) และยังไม่เริ่มดำเนินการ จำนวน 12 โครงการ (ร้อยละ 0.71)

1.3) โครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางพระราชรัฐ จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ได้ดำเนินโครงการช่วยเหลือประชาชนตามโครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางพระราชรัฐ โดยให้หมู่บ้านเป็นผู้ดำเนินการเองด้วยการคิดค้นปัญหาผ่านกระบวนการประชาคมแล้วเสนอแผนงาน/โครงการ ให้คณะกรรมการบริหารงานอำเภอ (กบอ.) พิจารณานุมัติแล้วจัดส่งแบบจัดทำแผนการปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณโครงการให้ผู้ว่าราชการจังหวัดนครราชสีมา

1.4) โครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางพระราชรัฐ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า โครงการเพิ่มความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางพระราชรัฐ ต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในหมู่บ้านและชุมชนเมือง ในการแก้ไขปัญหาความต้องการของหมู่บ้านและชุมชน ร่วมกันคิด ร่วมกันทำโครงการ ทำให้เกิดการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ในหมู่บ้านละชุมชน

1.5) โครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางพระราชรัฐ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า มีวิธีการดำเนินงานโครงการปฏิบัติเป็นไปตามแนวทางที่กำหนดไว้ในคู่มือฯ กล่าวคือมีการจัดทำราคากลาง แบบปร.4, ปร.5 เอกสารการจัดซื้อจัดจ้างและเบิกจ่ายเป็นไปตามแนวทางที่กำหนดไว้ในคู่มือฯ และวิธีการดำเนินงานโครงการเป็นไปตามที่แนวทางกำหนดไว้ในคู่มือฯ

1.6) โครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางพระราชัฐ จังหวัดราชบุรี พบว่า กระบวนการได้มาของโครงการ กระทรวงมหาดไทยโดยกรมการปกครองร่วมกับสำนักงานประมาณและกระทรวงการคลัง (กรมบัญชีกลาง) ได้จัดทำคู่มือและหลักเกณฑ์การดำเนินงานโครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางพระราชัฐ ประจำปีงบประมาณ 2560 ให้จังหวัด อำเภอก และคณะกรรมการหมู่บ้านใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน

1.7) โครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางพระราชัฐ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ประชาชนได้ใช้ประโยชน์และเป็นโครงการที่สามารถแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนในหมู่บ้านตรงตามวัตถุประสงค์ของโครงการที่กำหนดไว้ในแบบ คปช. 02 และ 05 ส่วนโครงการที่ดำเนินการแล้วเสร็จแต่ไม่สามารถใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการและกรณีความไม่พร้อมในโครงการที่ต้องดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ได้ทันที ส่งผลต่อการใช้งบประมาณของรัฐไม่คุ้มค่าคิดเป็นเงิน 2,000,000.00 บาท ทำให้รัฐเสียโอกาสในการนำเงินงบประมาณดังกล่าว ไปใช้ในโครงการอื่นที่มีความจำเป็นและตรงตามความต้องการที่แท้จริงของประชาชนในพื้นที่

1.8) โครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางพระราชัฐ จังหวัดนนทบุรี พบว่า การบริหารจัดการและการบำรุงรักษาเพื่อความยั่งยืนของโครงการ โครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากตามแนวพระราชัฐ เป็นโครงการที่เน้นการกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับพื้นที่ผ่านกลไกหมู่บ้าน เน้นการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน ภายหลังจากสิ้นสุดการดำเนินโครงการ จึงต้องมีการบริหารจัดการหรือแผนการบำรุงรักษาสิ่งก่อสร้างให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานเพื่อให้เกิดความยั่งยืนของโครงการ โดยอ้างอิงตามระเบียบและหนังสือสั่งการของกระทรวงมหาดไทยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการที่ดี

1.9) โครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางพระราชัฐ จังหวัดชลบุรี พบว่า ภายใต้อาณาการสนับสนุนเศรษฐกิจซึ่งคณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบเมื่อวันที่ 25 ตุลาคม พ.ศ. 2559 ให้กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินโครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางพระราชัฐ และได้จัดสรรงบประมาณในลักษณะเงินอุดหนุนทั่วไปให้ทุกหมู่บ้าน

1.10) โครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางพระราชัฐ จังหวัดระยอง พบว่า โครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางพระราชัฐ นั้นคณะรัฐมนตรีมีกำหนดให้กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย เป็นหน่วยงานหลักในการดำเนินโครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางพระราชัฐ และได้จัดสรรงบประมาณในลักษณะเงินอุดหนุนทั่วไปให้ทุกหมู่บ้านในปีงบประมาณ พ.ศ. 2560 หมู่บ้านละ 250,000.00 บาท จำนวน 74,655 หมู่บ้าน งบประมาณ 18,633.75 ล้านบาท โดยให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนในพื้นที่ของตนเอง

1.11) โครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางพระราชัฐจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า จังหวัดนครศรีธรรมราช ดำเนินการโครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางพระราชัฐ โดย

กำหนดการมีส่วนร่วมของคนในหมู่บ้านและชุมชนเมือง ในการแก้ไขปัญหาความต้องการของหมู่บ้านและชุมชน ร่วมกันคิด ร่วมกันทำโครงการ ทำให้เกิดการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ในหมู่บ้านละชุมชน

1.12) โครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางพระราชบัญญัติสงขลา พบว่า กระทรวงมหาดไทยโดยกรมการปกครองได้แจ้งหลักเกณฑ์ แนวทาง ขั้นตอน และคู่มือการจัดทำโครงการฯ ให้จังหวัด/อำเภอ/และคณะกรรมการหมู่บ้านดำเนินการตามแนวทางการดำเนินงานโครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางพระราชบัญญัติ โดยกำหนดให้ คณะกรรมการหมู่บ้านเรียกประชุมประชาคม โดยมีชุดปฏิบัติการประจำตำบล/ทีมพระราชวังตำบลเข้าร่วมสังเกตการณ์

2. เพื่อเปรียบเทียบปัญหาอุปสรรคของการบริหารงานโครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้าน เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางพระราชบัญญัติของแต่ละจังหวัด

ผลสรุปพบว่า ความพร้อมของชุมชนในการให้ความร่วมมือรวมกลุ่มเพื่อรับผิดชอบต่อส่วนรวม ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของโครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางพระราชบัญญัตินั้น คือการที่ประชาชนในพื้นที่มีวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมาย มีอุดมคติหรือความเชื่อร่วมกัน มีการเรียนรู้ในการกระทำในการปฏิบัติบางสิ่งบางอย่างร่วมกัน มีการเรียนรู้ร่วมกัน ซึ่งการเรียนรู้ร่วมกันจะมีประสิทธิผลที่จะทำให้งานและนโยบายต่างๆ ประสบความสำเร็จ โดยอาศัยความเป็นมิตรหรือความรักและความเป็นชุมชนร่วมกันจึงจะทำให้เกิดประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นต่อโครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางพระราชบัญญัติ ตลอดจนมีความพร้อมด้านการรวมกลุ่มในการแสดงความคิดเห็นในสิ่งที่จะเข้ามาในชุมชน โดยเฉพาะนโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน มีการร่วมประชุมในการตัดสินใจ และร่วมกันแก้ไขปัญหา เพื่อหาทางออกเมื่อเกิดปัญหาอุปสรรคในการดำเนินโครงการ ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของงบประมาณไม่เพียงพอ ความเข้าใจในเรื่องระเบียบ ขั้นตอน ในการดำเนินโครงการ ไม่ว่าจะเป็นในด้านการร่วมคิด ตัดสินใจ ร่วมดำเนินโครงการ ตลอดจนร่วมกันแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นก่อน ระหว่าง และดำเนินโครงการ

3. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการบริหารนโยบายรัฐสู่การปฏิบัติ

สรุปได้ว่า ประชาชนต้องการให้รัฐสนับสนุน โครงการให้กับประชาชนในลักษณะดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นโครงการที่แก้ไขปัญหาได้ตรงกับความต้องการของประชาชน และสามารถกระจายรายได้ให้กับชุมชนในพื้นที่ ประการสำคัญประชาชนมีความรักสามัคคีกัน มีความศรัทธาต่อรัฐบาลโดยกลุ่มเป้าหมายภาคประชาชน มีความเห็นตรงกัน คือ มีระยะเวลาจำกัดในการทำงาน เร่งรีบ ควรกำหนดหลักเกณฑ์ให้ชัดเจนเพราะอาจทำให้ไม่โปร่งใส ควรมีคู่มือที่อ่านง่าย เข้าใจง่ายให้ประชาชนได้ใช้เป็นแนวปฏิบัติ โดยทั้ง 2 ปัจจัยเป็นปัจจัยส่งผลต่อความสำเร็จของโครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางพระราชบัญญัติ ประกอบด้วย ความพร้อมด้านพื้นที่และสภาพแวดล้อมในชุมชนและความพร้อมด้านความร่วมมือและความรับผิดชอบของประชาชนในชุมชนนั้น อยู่ในระดับสูง ดังจะเห็นได้จากการดำเนินโครงการดังกล่าวของรัฐบาลบรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย เนื่องจากในพื้นที่ชุมชนนั้นมีการเตรียมความพร้อมโดยมี

การจัดเตรียมสถานที่สำหรับใช้ในการจัดทำโครงการ ประกอบกับมีความพร้อมด้านการรวมกลุ่มในการแสดงความคิดเห็นในนโยบายของรัฐที่จะเข้ามาในชุมชน โดยเฉพาะนโยบายของรัฐที่เกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน มีการรวมกลุ่มกันในการดำเนินโครงการ ไม่ว่าจะเป็นการจ้างงานการประกอบอาชีพในชุมชน การเข้ารับผิดชอบเป็นตัวแทนประชาชนให้ทำหน้าที่บริหารโครงการ คือ คณะกรรมการจัดซื้อจัดจ้างคณะกรรมการตรวจรับพัสดุและคณะกรรมการเบิกจ่ายเงินและจัดทำบัญชี ทั้งนี้ แสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมโดยรวมของประชาชนในพื้นที่ต่อไป

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

1. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางประชารัฐของแต่ละจังหวัด โดยสรุปว่าเนื่องจากรัฐมุ่งเน้นให้โครงการดังกล่าวปราศจากการทุจริต เงินทุกบาทที่รัฐสนับสนุนผลประโยชน์ทั้งหมดต้องตกอยู่ที่ประชาชน และแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนอย่างแท้จริง เพื่อประเมินประสิทธิภาพประสิทธิผลของโครงการจากหน่วยงานรัฐ คือ ความชัดเจนโปร่งใสตรวจสอบได้ของโครงการ โดยจัดให้มีการประกาศ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของโครงการ มีช่องทางเพื่อให้ประชาชนได้เข้าถึงข้อมูลของรัฐอย่างแท้จริง รวมทั้งได้นำแนวคิด ศาสตร์ของพระราชา ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหากษัตริย์มอญตลอดยุคเดส กล่าวคือ ให้ประชาชนเข้าใจ เข้าถึง ปัญหาที่แท้จริง เข้าใจถึงความพอเพียง โดยทุกความคิดให้อยู่บนหลักของเหตุผล มาเป็นแนวทางในการบริหารโครงการดังกล่าวเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์และประชาชนส่วนรวมพึงพอใจมากที่สุด

2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัญหาอุปสรรคของการบริหารงานโครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางประชารัฐของแต่ละจังหวัด โดยสรุปว่า ควรตรวจสอบแนะนำและซักซ้อมความเข้าใจถึงขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบ นอกเหนือจาก ผลการดำเนินงานของโครงการหลังสิ้นสุดโครงการไม่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนในพื้นที่ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ที่แท้จริงของโครงการ

3. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาปรับปรุงการบริหารนโยบายรัฐสู่การปฏิบัติ โดยสรุปว่า

3.1) ด้านภาวะผู้นำ โดยส่งผลให้เกิดกระตุ้นในระบบเศรษฐกิจ ประกอบกับการได้มาของทุกโครงการในพื้นที่ ประชาชนส่วนมากจะเป็นผู้ร่วมคิดร่วมตัดสินใจพิจารณาคัดเลือกด้วยตนเอง โดยมีผู้นำหรือประธานเป็นผู้ให้ข้อเสนอแนะ กระตุ้นทางความคิด และให้ข้อมูลในการตัดสินใจ ตลอดจนมีการสร้างจิตสำนึกสาธารณะในการเข้ามาแก้ไขปัญหาาร่วมกัน

3.2) ด้านการมีส่วนร่วม หรือผู้มีหน้าที่รับผิดชอบโครงการดังกล่าวได้เข้ามีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่จะส่งผลให้เกิดการพัฒนาด้านเศรษฐกิจในพื้นที่ อีกทั้งประชาชนยังได้เข้าไปมี

ส่วนร่วมในการบริหารโครงการ การเข้าไปร่วมในการติดตามประเมินผล เพื่อประโยชน์ของประชาชนทุกหมู่บ้านทั่วไทย” อีกทั้งส่งผลให้ประชาชนในพื้นที่รักและหวงแหนในทรัพย์สินอันเป็นสาธารณะของชุมชนหมู่บ้านพื้นที่ตนเอง

3.3) ความพร้อมของชุมชน โดยแสดงให้เห็นว่าพื้นที่ชุมชนหมู่บ้าน ได้เตรียมความพร้อมสำหรับการดำเนินโครงการตามนโยบายรัฐ ถึงแม้จะมีเวลากระชั้นชิด เร่งรัด แต่ก็สามารถดำเนินโครงการดังกล่าวสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนด เพื่อรองรับงบประมาณของรัฐ ประกอบกับประชาชนในพื้นที่มีความพร้อมในการรวมกลุ่ม ด้วยความสมัครใจมีการแสดงออกในการแสดงความคิดเห็นในนโยบายหรือโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อพื้นที่ของตนเอง

ความสำเร็จในการบริหารโครงการเพื่อยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามนโยบายประชารัฐ มีประเด็นที่น่าสนใจที่นำมาอภิปรายผล โดยมีประเด็นที่น่าสนใจในการศึกษานำเสนอดังนี้

ประเด็นที่ 1. เนื่องจากผู้นำหมู่บ้านเปิดโอกาสให้ประชาชนในกลุ่มแสดงความคิดเห็น รวมทั้งให้ทุกคนร่วมกันตัดสินใจ ร่วมกันดำเนินกิจกรรมโครงการด้วยตนเอง ผู้นำเป็นเพียงผู้ให้ข้อคิด ข้อเสนอแนะเท่านั้น จึงส่งผลให้โครงการประสิทธิผลการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามแนวทางประชารัฐประสบผลสำเร็จ โดยสอดคล้องแนวทางการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี โดยผู้นำต้องกระตุ้นให้เกิดพลังทางความคิด จนทำให้ผู้อื่นผูกพันและเต็มใจทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน มีความคิดสร้างสรรค์ในการเสนอแนวทางที่เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม ผู้นำจะไม่ใช้อำนาจในการเข้าไปตัดสินใจ แต่จะเป็นผู้มีความคิดในเชิงกลยุทธ์คือ ชี้นำในข้อดีข้อเสียและประโยชน์ที่องค์กรจะได้รับโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ศิรินันท์ ทิพย์เจริญ (2555) ธรรมชาติกับการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไทย

ประเด็นที่ 2. การได้เข้ามาส่วนร่วมในการรับทราบนโยบาย ประกอบกับนโยบายของรัฐดังกล่าวมีความชัดเจน ดังนั้น เมื่อมีโครงการกิจกรรม ของรัฐ ประชาชนจึงให้ความสนใจที่จะเข้าร่วมในการประชุม ทั้งนี้เพื่อให้ประโยชน์เกิดขึ้นต่อพื้นที่ของตนเองมากที่สุด และการที่มีตัวแทนของประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารโครงการงบประมาณ แสดงให้เห็นว่า ประชาชนให้ความสำคัญต่อการเข้าไปมีส่วนร่วม โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชาญชัย จิตรเหล่าอาพร ศึกษาวิจัยเรื่องทุนทางสังคม (social capital) : การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและเศรษฐกิจ : กรณีศึกษา อำเภอเมือง และ อำเภอ กันทรวิชัย จังหวัดมหาสารคาม

ประเด็นที่ 3. ความพร้อมด้านพื้นที่เนื่องจากประชาชนในพื้นที่มีการประชุมตกลงเรื่องสถานที่ที่จะใช้จัดโครงการ เพื่อให้มีความเหมาะสมและไม่เกิดผลกระทบต่อประชาชนในชุมชน ตลอดจนมีความเข้าใจต่อนโยบายการแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนของรัฐ มีการประชุมเพื่อรับทราบปัญหาความต้องการของประชาชนทุกเดือน และเมื่อรัฐมีงบประมาณแก้ไขปัญหาความเดือดร้อนในพื้นที่ชุมชน ถึงแม้จะมีเงื่อนไขแต่ชุมชนหรือหมู่บ้านก็สามารถแก้ไขปัญหาได้ อีกทั้งจะเห็นได้ว่าการประชุมประชาคมตามที่คณะกรรมการหมู่บ้านเรียกเพื่อ

ดำเนินโครงการของรัฐดังกล่าว พบว่าส่วนใหญ่มีการประชุมเพียงครั้งเดียว จึงคัดเลือกโครงการได้ และการประชุมก็เป็นไปตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรพินท์ ส孚โชคชัย (2550) ที่ศึกษาวิจัย เรื่องการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. ควรกำหนดโครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก ตามแนวทางประชารัฐอย่างต่อเนื่อง โดยใช้กรอบแนวทาง “เสนอโดยประชาชน ทำโดยประชาชน เพื่อประโยชน์ของประชาชนทุกหมู่บ้านทั่วไทย” ทั้งนี้ เพื่อพัฒนาศักยภาพของภาคประชาชนได้อย่างยั่งยืน
2. ควรกำหนดการดำเนินโครงการยกระดับศักยภาพหมู่บ้านเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานราก ตามแนวทางประชารัฐ เป็นแผนงาน ระยะเวลา หลักเกณฑ์และให้ชัดเจน เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมของหมู่บ้านในการบริหารจัดการโครงการ ทั้งนี้ เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโครงการ
3. ควรส่งเสริมการสร้างเครือข่ายภาคประชาชนหรือชุมชน ให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และจัดให้มีเครือข่ายกลุ่มแรงงานฝีมือในพื้นที่
4. ควรสนับสนุนให้ผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง และชุมชน มีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลและเสนอแนวทางการปรับปรุง โครงการ หรือกิจกรรมต่างๆ ของชุมชน เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาในด้านอื่น ๆ ที่ต่างไปจากการศึกษาในครั้งนี้เพื่อทราบข้อมูลที่น่าสนใจเพิ่มขึ้น มีการเพิ่มกลุ่มประชากรที่ใช้ในการสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมหลากหลายกว่าเดิม เพื่อให้ทราบข้อมูลรวมทั้งมุมมองต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น พร้อมทั้งการศึกษาในเชิงการวิจัยปริมาณเพิ่ม
2. ควรศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ โดยจัดกลุ่มตัวแปรใหม่ ๆ ที่มีผลต่อความสำเร็จในการบริหารโครงการเพื่อยกระดับศักยภาพหมู่บ้านตามนโยบายประชารัฐ ในการจัดกลุ่มคำถามเพิ่มเติมที่สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อให้เกิดผลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชาญชัย จิตรเหล่าอาพร.(2551) **ทุนทางสังคม (social capital) : การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและเศรษฐกิจ** กรณีศึกษา อ.เมือง และ อ.กันทรวิชัย จ.มหาสารคาม. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ทศพร ศิริสัมพันธ์. (2553). **โครงการสานพลังประชารัฐ**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2561, จาก <http://www.สานพลังประชารัฐ.com/committee/>.
- พัชรินทร์ วรดิถี. (2559). **สานพลังประชารัฐ: การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ**. กรุงเทพมหานคร: กองวิชาการกรมพัฒนาสังคมและสวัสดิการ กระทรวงพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์.
- ศิรินนท์ ทิพย์เจริญ (2555) ธรรมชาติกับการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไทย. **วารสารสหวิทยาการวิจัย**. 1 (2), 97-103.
- สำนักนายกรัฐมนตรี. (2559). **นโยบายและแนวทางการดำเนินงานสานพลังประชารัฐเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐในระดับพื้นที่**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 24 กันยายน 2560, จาก <http://www.thaigov.go.th/index.php/th/government-th1/item/102750-102750>
- สำนักงานประสานงานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและประชารัฐ. (2559). **คู่มือประชารัฐรักสามัคคี ฉบับที่ 2**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 25 กันยายน 2560, จาก http://www.prsthailand.com/wp-content/uploads/2016/07/Manual_V2.pdf
- เสาวลักษณ์ สุขวิรัช (2549). ทางสองแพร่งของจริยธรรมการบริหาร (The Dilemma of Administrative Zeitgeists). **เอกสารการประชุมวิชาการรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์แห่งชาติ ครั้งที่ 7** : 643-662.
- อรพินท์ สฟโชคชัย. (2550). **การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- Burns, J. M. (1978). **Leadership**. New York: Harper and Row
- Northouse, P. G. (2004). **Leadership: Theory and practice**. (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Yukl, Gary A. (1994). **Leadership in Organization**. New Jersey: Prentice - Hall.

แรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอ็นซี โคอโคนท์ จำกัด
ตำบลแพงพวย อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

Job Motivation in the Performance of Employees, NC Coconut Co., Ltd. at
Pha Phuang Sub-district, Damnoen Saduak District, Ratchaburi Province

ณัฐริกา กลิ่นเมือง¹ และคณะ²

(Nattharika Klinmueang et al.)

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เอ็น.ซี.โคโคนท์ จำกัด ตำบลแพงพวย อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี วัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอ็น.ซี.โคโคนท์ จำกัด และ2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอ็น.ซี.โคโคนท์ จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เก็บตัวอย่าง กับพนักงานจ้าง ของบริษัท เอ็น.ซี.โคโคนท์ จำกัด จำนวน 200 คน โดยการสุ่มตัวอย่างตามชั้นภูมิ

ผลการวิจัยพบว่า 1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอ็น.ซี.โคโคนท์ จำกัด ในภาพรวม พบว่า มีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด 2.พนักงานที่มี อายุ ระดับการศึกษา สภาพสมรส ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ส่วนพนักงานที่มีเพศ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ฝ่าย/แผนกที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : แรงจูงใจ การปฏิบัติงาน

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000

A student in Bachelor's degree of Business Administration and General Management. Faculty of Management Science. Nakhon Pathom Rajabhat University.73000.

² คณะผู้วิจัยประกอบด้วย 1. สุรวุฒิ นิรมิตสุขพรกุล และ 2. ปวีณสุดา สุทธิประเสริฐ

นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000

A student in Bachelor's degree of Business Administration and General Management. Faculty of Management Science. Nakhon Pathom Rajabhat University.73000.

³ ดร.ดวงใจ คงคาหลวง

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000

Lecturer in Business Administration Program Human Resource Management. Faculty of Management Science. Nakhon Pathom Rajabhat University.73000.

⁴ ดร.พงษ์สันต์ ตันหยง

อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000

Lecturer, Master of Business Administration Program General Management Program Faculty of Management Science.

Nakhon Pathom Rajabhat University.73000.

Corresponding author: duangjai1010@gmail.com

ABSTRACT

The research 'Job motivation in the performance of employees, NC Coconut Co., Ltd. at Pha Phuang Sub-district, Damnoen Saduak District, Ratchaburi Province' aimed 1) to examine levels of job motivation in the performance of employees, NC Coconut Co., Ltd. And 2) to compare perception toward job motivation in the performance of employees, NC Coconut Co., Ltd. which were classified based on individual factors. The sample was 200 employees in NC Coconut Co, Ltd. by stratified random sampling.

The research found that 1) the perception on job motivation was in the high level and 2) the employees having different age, education and marriage had perception on job motivation differently. In the case, there was a significant difference in the perceptions toward the job motivation at 0.05. In the part of the employees having different genders, working periods and departments had the perception on job motivation, there was a significant difference in the perceptions toward the job motivation at 0.05.

Keywords: Job motivation, performance

Article history:

Received 28 June 2019

Revised 21 August 2019

Accepted 28 August 2019

SIMILARITY INDEX = 3.83 %

1. บทนำ

การบริหารงานบุคคลเป็นกระบวนการสำคัญในการบริหารจัดการในองค์กร เนื่องจากพนักงานเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนกิจกรรมและการทำงานต่างๆ ส่งผลให้องค์กรบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมาย แต่อย่างไรก็ตามแม้ว่าองค์กรจะมีพนักงานที่มีความรู้ในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี หากพนักงานยังขาดความตั้งใจในการปฏิบัติงานผลของการปฏิบัติงานก็จะทำให้องค์กรประสบความล้มเหลว การสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน จะผลักดันให้บุคลากรทำงานด้วยความกระตือรือร้นและด้วยความสมัครใจ (กัญญนันท์ ภัทรสรสิริ, 2554) ดังนั้น องค์กรใดที่ให้ความสำคัญกับการสร้างความสุขและมีแรงจูงใจเพื่อความพึงพอใจในการทำงาน ผลลัพธ์ที่ได้คือองค์กรมีผลการดำเนินการเป็นที่น่าพอใจและประสบความสำเร็จ (ไพบูลย์ ตั้งใจ, 2554)

ธุรกิจของบริษัท เอ็น.ซี.โคโคนัท จำกัด เป็นธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มะพร้าว น้ำหอมประเภทต่าง ๆ คือ ครีมน้ำ เจีย แปรรูปเป็นวุ้น หรือวุ้นมะพร้าว น้ำหอมเจลลี่ และเนื้อมะพร้าว นำส่งขายให้กับกลุ่มลูกค้าทั้งในและนอกประเทศ ได้ดำเนินธุรกิจตั้งแต่ปี 2539 ปัจจุบัน ซึ่งปัจจุบันบริษัทมีพนักงานจำนวน 365 ทำให้บริษัทมีปัญหาในการบริหารงานในหลายด้านเช่น การเช็คสต็อกสินค้า เกิดจากการนับสต็อกผิดพลาด เช่น การลืมเขียนใบเบิกสินค้า ทำให้ไม่มีการตัดออกจากสต็อก ตัวเลขยังคงอยู่ แต่สินค้าถูกส่งออกไปแล้ว จากปัญหาดังกล่าวอาจเป็นปัญหาที่เกี่ยวกับการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานที่ขาดความตั้งใจและการเอาใจใส่ในการทำงาน ซึ่งการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานจึงเป็นหนทางสำคัญในการลดปัญหาที่เกิดขึ้น

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน จึงศึกษาเรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เอ็นซี โคโคนัท จำกัด เพื่อทราบถึงแรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงาน แล้วจะทำให้ผู้บริหารสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่ตอบสนองกับความต้องการของพนักงาน และเพื่อสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและทำให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการปฏิบัติเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอ็น.ซี.โคโคนัท จำกัด
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอ็น.ซี.โคโคนัท จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานในการศึกษา

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน รายได้เฉลี่ย/เดือน ฝ่าย/แผนก ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีความแตกต่างกัน

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

ทฤษฎีลำดับชั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Needs Hierarchy Theory)

ทฤษฎีนี้จะแสดงลำดับชั้นความต้องการของมนุษย์ โดยชั้นความต้องการพื้นฐานของมนุษย์
ขั้นแรก คือ ความต้องการทางกายภาพ (Physiological needs) ได้แก่ ความต้องการปัจจัย
4 อากาศ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ยารักษาโรค ความต้องการทางเพศ และยังคงครอบคลุมไปยังความต้องการ
อื่น ๆ ที่ตอบสนองต่อร่างกาย ซึ่งหากได้รับการตอบสนอง มนุษย์จะก้าวขึ้นสู่ ความต้องการใน
ขั้นที่สอง คือ ความต้องการด้านความปลอดภัย (Security needs) ซึ่งเป็นความรู้สึกรู้สึกมั่นคง
ปกป้องให้ปลอดภัยจากการถูกคุกคามทางกายและอารมณ์ ความต้องการ

ขั้นที่สาม เป็นความต้องการทางสังคม (Social needs) เกี่ยวข้องกับความต้องการความรัก การ
เป็นเจ้าของ มิตรภาพ ความต้องการ

ขั้นที่สี่ คือ ความต้องการยกย่อง ภาวะภูมิใจในตนเอง (Self-esteem) ซึ่งแบ่งย่อย ๆ เป็นปัจจัย
ภายในเกิดขึ้นจากการเคารพตัวเอง ความเป็นอิสระ การประสบความสำเร็จ และปัจจัยภายนอก ได้แก่
สถานภาพ การได้รับรางวัล และความสนใจ ส่วนความต้องการ

ขั้นที่ห้าซึ่งเป็น ขั้นสุดท้าย คือ ความต้องการบรรลุศักยภาพในตนเองอย่างถ่องแท้ (Self-actualization) เป็นแรงผลักดันที่บุคคลสามารถเป็นในสิ่งที่ต้องการ ได้แก่ ความเจริญ การบรรลุศักยภาพที่
ตนเองมีอยู่ ความพึงพอใจในตนเอง (ภาวิณี เพชรสว่าง, 2551: 45)

ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (Herzberg's two-factor theory) มีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยที่ช่วยลดความไม่พึงพอใจในการทำงานหรือปัจจัยอนามัย (Hygiene Factor) ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของงาน ประกอบไปด้วยปัจจัย 10 ด้าน คือ 1) นโยบายการบริหารของบริษัท 2) การบังคับบัญชา 3) ความสัมพันธ์กับหัวหน้างาน 4) ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน 5) ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา 6) ตำแหน่งงาน 7) ความมั่นคงในการทำงาน 8) ชีวิตส่วนตัว 9) สภาพการ และ 10) ค่าตอบแทน

2. ปัจจัยจูงใจตัวกระตุ้นในการทำงานหรือปัจจัยจูงใจ (Motivational Factors or Motivators) เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานด้วยความพึงพอใจ ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัย 6 ด้าน คือ 1) ความสำเร็จในการทำงาน 2) การได้รับความยอมรับ 3) ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน 4) ลักษณะงานที่ทำ 5) โอกาสในการเจริญเติบโต และ 6) ความรับผิดชอบ (Business and Management, 2017)

จะเห็นได้ว่าปัจจัยจูงใจส่วนใหญ่จะเกี่ยวพันเนื้อหาของงาน ในทางกลับกันปัจจัยอนามัยส่วนใหญ่จะ
เกี่ยวพันกับสภาพแวดล้อมของงาน จากหลักการดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าปัจจัยอนามัยเป็นปัจจัยที่ช่วยสกัด
กั้นไม่ให้เกิดความไม่พึงพอใจในงานเท่านั้น แต่ไม่สามารถจูงใจได้ ดังนั้นการกระตุ้นให้พนักงานมีความต้องการ
อยากทำงานภายใน จึงควรใช้ปัจจัยจูงใจเข้าร่วมด้วย

2.2 ความหมายของแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

วีรศักดิ์ จักรสาร (2552) นิยาม แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน หมายถึง ปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นให้บุคคล มีความเต็มใจ มุ่งมั่นและทุ่มเทความพยายาม ให้บุคคลมีความเต็มใจในการทำงานเกิดความพึงพอใจ และมุ่งมั่นที่จะทำงานให้ดีที่สุด เพื่อให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์ (2545) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจเป็นความพยายามในการทำงานอย่างเต็มใจเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

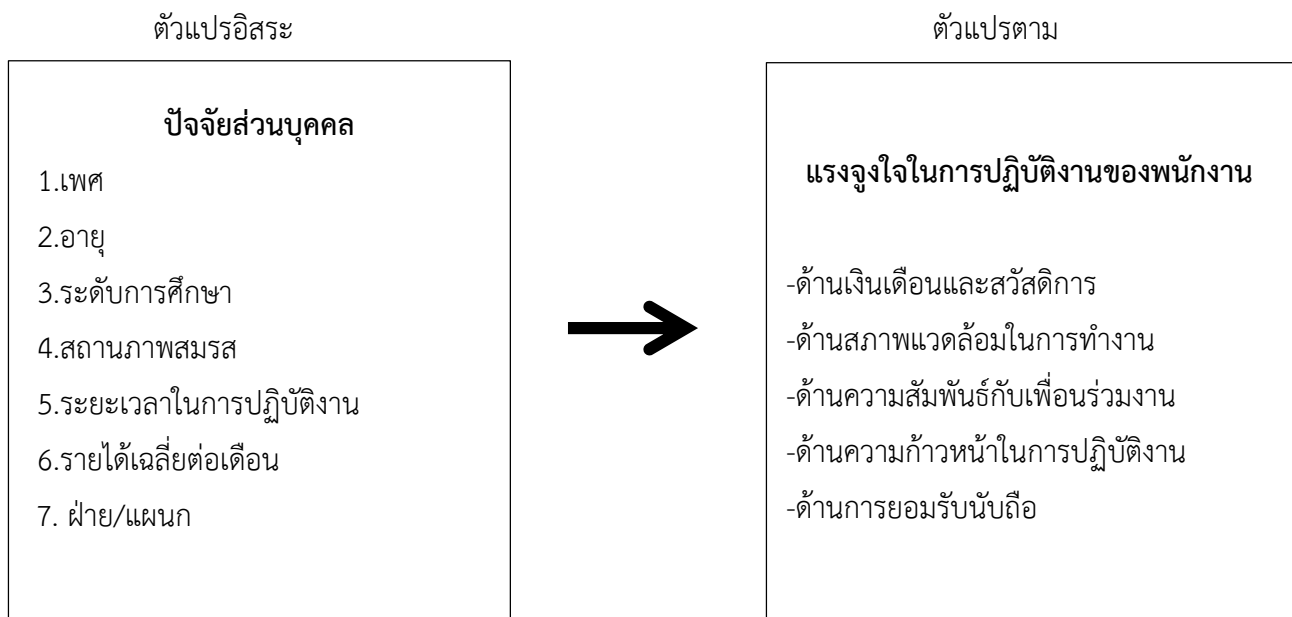
กัลยา ยศคำลือ (2553) ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ผลการวิจัย พบว่า 1. แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง 2. พนักงานมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่อยู่อาศัย จำนวนสมาชิกในครอบครัวที่รับผิดชอบ เวลาในการปฏิบัติงานต่อวันและจำนวนวันที่ปฏิบัติงานต่อสัปดาห์ มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน 3. แนวทางส่งเสริมประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย คือ พนักงานมหาวิทยาลัยสามารถลาศึกษาต่อได้ (ปริญญาโท-เอก) บ้านพักให้มีเพียงพอ เพิ่มความมั่นคงให้กับพนักงานมหาวิทยาลัย 4. การวิเคราะห์นโยบายการบริหารของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลยจะต้องให้ความสำคัญต่อพนักงานมหาวิทยาลัย

จุฑารัตน์ สุขศีลล้าเลิศ (2556) ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายบัญชีและการเงิน (สำนักงานใหญ่) กรณีศึกษาบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20-30 ปี มี สถานภาพโสด จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ปฏิบัติงานในระดับปฏิบัติการ และมีอายุน้อยกว่า 3 ปี ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายบัญชีและการเงิน(สำนักงานใหญ่) บมจ. บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ โดยภาพรวม พบว่า มีแรงจูงใจในการปฏิบัติต่อปัจจัยทุก ด้านอยู่ในระดับมาก

เกียรติกุล เข้มเพ็ญ (2559) ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายห้องพักโรงแรมรอยัลลอคิต เซอร่าตัน กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัย พบว่า 1) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายห้องพัก ในภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง 2) ผลการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายห้องพักจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า พนักงานที่มีเพศ อายุ แผนก และระยะเวลาที่ได้ปฏิบัติงาน ต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวม ไม่แตกต่างกัน สำหรับในส่วนของพนักงานที่มีระดับการศึกษา ต่างกัน จะมีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวม แตกต่างกัน ในด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความก้าวหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 และพนักงานที่มีเงินเดือนต่างกัน จะมีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวม แตกต่างกัน ในด้านความก้าวหน้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง แรงจูงใจในปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอ็นซี โคอโคไนท์ จำกัด ตำบลแพงพวย อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ผู้วิจัยได้ประยุกต์ทฤษฎีลำดับความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's Hierarchy of need) และทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (Herzberg's two-factor theory) มากำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยดังมีรายละเอียดดังแผนภาพที่ 1 ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานจ้างของบริษัท เอ็น.ซี.โคโคไนท์ จำกัด ในหน่วยงาน 9 แผนก คือ แผนกผลิต แผนกสโตร์ แผนกบัญชี แผนกการเงิน แผนกจัดซื้อ แผนกควบคุมคุณภาพ แผนกการตลาดในประเทศและต่างประเทศ แผนกบุคคล แผนกช่าง(ข้อมูลฝ่ายบุคคล บริษัท เอ็น.ซี.โคโคไนท์ จำกัด) รวมทั้งสิ้นจำนวน 365 คน

กลุ่มตัวอย่างใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานจ้างของบริษัท เอ็น.ซี.โคโคไนท์ จำกัด ในหน่วยงาน 9 แผนก จำนวน 191 คน คำนวณด้วยสูตรของ Yamane (1967) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 5 % ด้วยการสุ่มตัวอย่างตามชั้นภูมิ และเพื่อให้ความคาดเคลื่อนลดลง ผู้วิจัยจึงเก็บกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 200 คน โดยการเพิ่มฝ่ายละ 1 คน

ตารางที่ 1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

แผนก	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	กลุ่มตัวอย่างที่เก็บ ในงานวิจัยฉบับนี้
แผนกผลิต	310	162	163
แผนกสไตร์	5	3	4
แผนกจัดซื้อ	4	2	3
แผนกบัญชี	4	2	3
แผนกการเงิน	3	2	3
แผนกควบคุมคุณภาพ	16	8	9
แผนกบุคคล	15	8	9
แผนกการตลาดในและต่างประเทศ	2	1	2
แผนกช่าง	6	3	4
รวม	365	191	200

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม เกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบริษัท เอ็น.ซี.โค.โคไนท์ จำกัด ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังต่อไปนี้ ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้โดยเฉลี่ย/เดือน และฝ่าย/แผนก มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายปิด โดยใช้คำถามแบบเลือกตอบ ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับวัตระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานทั้ง 5 ด้าน โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบตามระดับความคิดเห็นด้านการปฏิบัติ มีเกณฑ์ 5 ระดับและส่วนที่ 3 เป็นคำถามปลายปิด

3.3 การหาคุณภาพเครื่องมือ

1) ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร และผลงานวิจัยต่างๆที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อประกอบการสร้างแบบสอบถาม 2) นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถาม 3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนออาจารย์ เพื่อตรวจสอบและให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุง เพื่อให้ได้ข้อคำถามที่มีข้อความตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย 4) ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา 5) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ผ่านทุกข้อ 6) ปรับปรุงแก้ไขข้อคำถามในแบบสอบถามที่ยังไม่เหมาะสมให้ถูกต้องเหมาะสมตามคำแนะนำ และ 7) นำแบบสอบถามการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น โดยคณะผู้วิจัยได้นำเอาแบบสอบถามไปทำการทดสอบกับกลุ่มที่คล้ายตัวอย่าง จำนวน 30 ราย แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค โดยค่าอัลฟา ด้านแรงจูงใจในการ

ปฏิบัติงาน ได้เท่ากับ 0.905 แสดงว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้จากนั้นใช้แบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบคุณภาพเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยต่อไป

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจภาคสนาม โดยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปสอบถามลูกจ้างประจำ พนักงานจ้าง ของบริษัท เอ็น.ซี.โคโคนัท จำกัด ผู้วิจัยได้แจกและเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมแบบสอบถามตั้งแต่เดือน มกราคม 2562 ถึง กุมภาพันธ์ 2562 ได้รับแบบสอบถามคืนมาครบจำนวน 200 ชุด

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้สถิติที่เกี่ยวข้องในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ค่าร้อยละ (Percentages) และค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งผู้ศึกษาจะแบ่งเกณฑ์ในการวัดค่าเฉลี่ยครั้งนี้ ออกเป็น 5 ระดับ และ

2) สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ Independent-samples T test และ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ การสมรส ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน รายได้เฉลี่ย/เดือน ฝ่าย/แผนก นำเสนอโดยค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) มีผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็น ร้อยละ 53.40 ส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 21-30 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมาจะมีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.10 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 32.50 รองลงมาอยู่ในระดับอนุปริญญาหรือ ปวส. คิดเป็นร้อยละ 20.90 สถานภาพการสมรสส่วนใหญ่โสด คิดเป็น ร้อยละ 39.30 รองลงมาสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 36.60 ระยะเวลาในการปฏิบัติงานส่วนใหญ่ 5-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 40.30 รองลงมาระยะเวลาในการปฏิบัติงานน้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 34.60 รายได้เฉลี่ย/เดือนส่วนใหญ่ 12,001 – 15,000 บาท / เดือน คิดเป็นร้อยละ 39.30 รองลงมารายได้เฉลี่ย/เดือน 15,001 – 17,000 บาท /เดือน คิดเป็นร้อยละ 30.40 ฝ่าย/แผนกส่วนใหญ่ฝ่ายผลิต คิดเป็นร้อยละ 84.80 รองลงมาฝ่าย/แผนกฝ่ายควบคุมคุณภาพ QC และฝ่ายบุคคล คิดเป็นร้อยละ 4.20

4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอ็น.ซี.โคโคนัท จำกัด

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรบริษัท เอ็น.ซี.โคโคนัท จำกัด ในภาพรวม

ประเด็น	Mean	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ	4.42	0.44	มากที่สุด
2. ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน	4.56	0.59	มากที่สุด
3. ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	4.37	0.54	มากที่สุด
4. ด้านความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน	4.20	0.53	มาก
5. ด้านการยอมรับนับถือ	4.13	0.47	มาก
ภาพรวม	4.33	0.35	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่าระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรบริษัท เอ็น.ซี. โคโคนัท จำกัด ในภาพรวม พบว่า มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean =4.33) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean=4.56) ด้านเงินเดือนและสวัสดิการมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean=4.42) ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean=4.37) ด้านความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก (Mean=4.20) ด้านการยอมรับนับถือมีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก (Mean=4.13)

ส่วนข้อเสนอแนะของนักศึกษาเรียงตามลำดับ ดังนี้ อยากรู้ว่ามีบริษัทมีการจัดออกศึกษาดูงานนอกสถานที่ อยากรู้ว่ามีร้านค้าเพิ่มมากขึ้น อยากรู้ให้บริษัทมีการจัดกิจกรรมในวันเทศกาลต่างๆ และอยากรู้ให้มีการจัดงานกีฬาสีภายในบริษัท

4.3 ผลการเปรียบเทียบ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานเมื่อจำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา และสถานภาพ

ตารางที่ 3 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานเมื่อจำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษาและสถานภาพ

แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	เพศ		อายุ		ระดับการศึกษา		สถานภาพ	
	t	Sig	F	Sig	F	Sig	F	Sig
เงินเดือนและสวัสดิการ	-0.39	0.70	2.21	0.07	4.00*	0.00	0.47	0.70
สภาพแวดล้อมในการทำงาน	0.89	0.89	2.44*	0.05	5.91*	0.00	7.09*	0.00
ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	1.37*	0.21	4.14*	0.00	3.04*	0.01	4.12	0.01
ความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน	1.70	0.09	9.82*	0.00	3.86*	0.00	14.34*	0.00
การยอมรับนับถือ	-0.70	0.49	3.15*	0.02	6.58*	0.00	5.84*	0.00
ภาพรวม	.908	0.365	2.46*	0.05	4.37*	0.00	3.33*	0.02

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่าบุคคลากรที่มีเพศแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคคลากรแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติทั้งภาพรวมและรายด้าน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

บุคลากรที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคคลากรบริษัท เอ็น.ซี.โคโคนัท จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในภาพรวม ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน และด้านการยอมรับนับถือ

บุคลากรที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคคลากรบริษัท เอ็น.ซี.โคโคนัท จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในภาพรวม ด้านเงินเดือนและสวัสดิการ ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน และด้านการยอมรับนับถือ

บุคลากรที่มีสถานภาพการสมรสแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคคลากรบริษัท เอ็น.ซี.โคโคนัท จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในภาพรวม ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน และด้านการยอมรับนับถือ

4.4 ผลการเปรียบเทียบ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานเมื่อจำแนกตาม ระยะเวลาปฏิบัติงาน รายได้ และฝ่าย/แผนก

ตารางที่ 4 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานเมื่อจำแนกตาม ระยะเวลาปฏิบัติงาน รายได้ และฝ่าย/แผนก

แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน		รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		ฝ่าย/แผนก	
	F	Sig	F	Sig	F	Sig
	เงินเดือนและสวัสดิการ	-4.32*	0.00	1.99	0.08	1.02
สภาพแวดล้อมในการทำงาน	2.18	0.07	0.92	0.47	1.27	0.26
ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	1.18	0.32	3.22*	0.01	1.53	0.15
ความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน	5.81*	0.00	4.08*	0.00	1.53	0.15
การยอมรับนับถือ	1.57	0.18	4.37*	0.00	1.89	0.06
ภาพรวม	1.32	0.26	4.37*	0.00	1.99	0.05

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า บุคลากรที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคคลากรบริษัท เอ็น.ซี.โคโคนัท จำกัด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ยกเว้นด้านเงินเดือนและสวัสดิการ และด้านความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน สรุปไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

บุคลากรที่มีรายได้เฉลี่ย/เดือนแตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคคลากรบริษัท เอ็น.ซี.โคโคนัท จำกัด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในภาพรวม ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน และด้านการยอมรับนับถือ สรุปเป็นไปตามสมมติฐาน

พนักงานที่มีฝ่าย/แผนกแตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคคลากรบริษัท เอ็น.ซี.โคโคนัท จำกัด แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งภาพรวมและรายด้าน สรุปไม่เป็นไปตามสมมุติฐาน

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1. สรุปและอภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในเรื่อง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอ็น.ซี.โคโคนัท จำกัด ผู้วิจัยขอสรุปและอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1) พนักงานบริษัท เอ็น.ซี.โคโคนัท จำกัด มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กนกพร แสงไกร (2553) ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบลใน เขตอำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานมีแรงจูงใจอยู่ระดับมากที่สุด อาจกล่าวได้ว่า สถานที่ที่ท่านปฏิบัติงานมีแสงสว่าง อุณหภูมิ ที่เหมาะสม การจัดโต๊ะทำงานที่เป็นสัดส่วน บรรยากาศในการทำงานที่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงาน สถานที่จอดรถที่เพียงพอต่อจำนวนของพนักงาน อุปกรณ์เครื่องมือสื่อสารที่ทันสมัย สอดคล้องกับการศึกษาของ พัชรกันย์ ศุภวัฒน์แสงประกาย (2556) ที่ได้ศึกษาเรื่องการศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานชาย บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร ความคิดเห็นผู้วิจัยเนื่องจากภายในหน่วยงานมีแสงสว่าง อุณหภูมิที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน มีอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกในการปฏิบัติงานอย่างเพียงพอและเหมาะสม พนักงานจึงมีแรงจูงใจในระดับมาก

ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด อาจกล่าวได้ว่า พนักงานของท่านสามารถทำงานร่วมกันเป็นทีม มีน้ำใจช่วยเหลือซึ่งกันและกัน มีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงานเป็นไปด้วยดี เปิดโอกาสให้ทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ มีความรักความสามัคคีต่อกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของจุฑารัตน์ สุขศีลล้าเลิศ (2556) ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายบัญชีและการเงิน (สำนักงานใหญ่) กรณีศึกษาบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัย พบว่าพนักงานมีแรงจูงใจในการปฏิบัติต่อปัจจัยทุก ด้านอยู่ในระดับมาก และทำให้มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก ด้านความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก อาจกล่าวได้ว่า หน่วยงานมีหลักเกณฑ์ในการเลื่อนตำแหน่งหน้าที่ชัดเจนและยุติธรรม มีโอกาสที่ได้รับการเข้าอบรมเพื่อพัฒนาตนเองอยู่เสมอ มีการปรับขึ้นเงินเดือนตามความเหมาะสม ได้รับโอกาสในการศึกษาต่อเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของตนเอง มีความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ วาสนา พัฒนานันท์ชัย (2553) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ พบว่า พนักงานสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในภาพรวม โดยมีปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุน อยู่ในระดับมาก ทำให้พนักงานมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก

ด้านการยอมรับนับถือ ในการทำงานมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก อาจกล่าวได้ว่า ท่านได้รับการยอมรับนับถือจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน การร่วมแสดงความคิดเห็นในโอกาสต่างๆ การยอมรับในความสามารถเฉพาะตัว การให้อำนาจในการตัดสินใจในงานที่ตัวเองรับผิดชอบ ผู้บังคับบัญชาและเพื่อน

ร่วมงานให้การสนับสนุนในการสร้างผลงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ นนทัช พรอมไธสง (2552) ได้ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรม แกรนด์ ไฮแอท เอราวัณ กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติงานโดยรวมและรายด้านทุกด้านอยู่ในระดับสูง ผู้บังคับบัญชาควรพิจารณาถึงความสัมพันธ์ในปฏิบัติงานระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา โดยให้เกียรติซึ่งกันและกันควรมีความนุ่มนวล ตักเตือนและไถ่ถามทุกข้อสุขเสมอ ขณะเดียวกันก็ต้องให้ความเอาใจใส่ในการปฏิบัติงานของพนักงาน ให้คำปรึกษาแนะนำและชี้แนวทางในการปฏิบัติงาน เป็นการสร้างแรงจูงใจให้เกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน ทำให้พนักงานมีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก

2) ผลการทดสอบสมมุติฐานเปรียบเทียบความแตกต่างของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอ็น.ซี.โคโคเนท จำกัด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า เพศ ระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ฝ่าย/แผนก ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 อาจกล่าวได้ว่าพนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เนื่องจากบริษัทเป็นบริษัทผลิต ผลิตภัณฑ์มะพร้าว น้ำหอมประเภทต่างๆ ซึ่งพนักงานในแต่ละฝ่าย/แผนก มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานใกล้เคียงกัน ส่วนใหญ่ปฏิบัติงานร่วมกัน และได้รับค่าจ้างต่อเดือนใกล้เคียงกัน อาจทำให้ความคิดเห็นต่อแรงจูงใจนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของศิริไล กุลทรัพย์ศุทธา (2552: 8-14) ศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท เอ. เอส. แอสโซซิเอท เอนยีเนียริง(1964)จำกัด ในส่วนของอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อายุงานที่แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานไม่แตกต่างกัน พนักงานที่มีรายได้ต่างกัน แรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. แม้ความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรบริษัท เอ็น.ซี.โคโคเนท จำกัด ในภาพรวมจะอยู่ในระดับมาก ถึงมากที่สุด แต่หากจะวิเคราะห์ตามแนวคิดเรื่องแรงจูงใจตามแนวคิดของมาสโลว์แล้ว ผู้บริหารยังสามารถ แรงจูงใจด้านความก้าวหน้าในการปฏิบัติงาน และด้านการยอมรับนับถือ ให้สูงมากขึ้นได้

2. แม้ว่าพนักงานที่มี เพศ และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน ที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผู้บริหารสามารถใช้ความแตกต่างของปัจจัยดังกล่าวในการสร้างแรงจูงใจให้สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริง เช่น เพศชายจะมุ่งเน้นไปที่ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ในขณะที่ผู้ที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานใหม่ๆ จะเน้นเงินเดือนและสวัสดิการส่วนเมื่อ มีระยะเวลาในการปฏิบัติงานยาวนานแล้วจะเน้นที่มีระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้สนใจสามารถศึกษาในตัวแปรอิสระอื่นๆนอกเหนือจากปัจจัยส่วนบุคคลว่ามีปัจจัยใด ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในลักษณะของสมการพยากรณ์ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

เอกสารอ้างอิง

- กนกพร แสงไกร. (2553). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานส่วนตำบลในเขตอำเภอบรบือ จังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- กัญญนันท์ ภัทร์สรณ์ศิริ. (2554). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากร: กรณีศึกษาสำหรับสถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน. สาขาวิชาศึกษาทั่วไปคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.สถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน.
- กัลยา ยศคำลือ. (2553). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต. สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.
- เกียรติกุล เข้มเพ็ชร. (2559). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายห้องพักรงแรมรอยัลลอคิต เซอราตัน กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- จุฑารัตน์ สุขศิลป์เลิศ. (2556). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายบัญชีและการเงิน (สำนักงานใหญ่) กรณีศึกษาบริษัท บีซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- นนท์ช พรอมไธสง. (2552). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรม แกรนด์ ไฮแอทเอราวัณ กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- พรชัย ลิขิตธรรมโรจน์. (2545). พฤติกรรมองค์การ. กรุงเทพมหานคร : พิมพ์ดี.
- พัชรกัญญ์ ศุภวัฒน์แสงประภา. (2556). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท แอล เอ็ม อี จำกัด ในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต.สาขา การจัดการทรัพยากรมนุษย์. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ไพบุลย์ ตั้งใจ. (2554). ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงาน ตามหลักอิทธิบาท 4 :กรณีศึกษา บริษัทแอมพาส อินดัสตรี จำกัด จังหวัดสมุทรปราการ. ปริญญาพุทธศาสตร์มหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.
- ภาวิณี เพชรสว่าง. (2551). พฤติกรรมองค์การ. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพมหานคร: ซี.วี.แอล.การพิมพ์.

- วาสนา พัฒนานันท์ชัย.(2553). **ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน สำนักงาน ทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์**. งานนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต.สาขาการบริหารการพัฒนาสังคม. คณะพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม.สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วีรศักดิ์ จักรสาร. (2552). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ในสังกัดสำนักงานสาธารณสุข อำเภอ นิคมคำสร้อยจังหวัดมุกดาหาร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต.คณะศิลปศาสตร์. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ศิริไล กุลทรัพย์ศุทธรา. (2552). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท เอ.เอส.แอสโซซิ เอทเออน ยีนีเยริง (1964) จำกัด**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต การจัดการทั่วไป, มหาวิทยาลัย ราชภัฏพระนคร.
- Business and Management. (2017). **The Hygiene Motivation Theory thinker**. Retrieved January 8, 2017. from <https://www.bl.uk/people/fredrik-herzberg>.
- Yamane, T. (1967). **Statistic: An introductory analysis**. (2nd ed.). New York: Harper & Row.

กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียม จังหวัดเพชรบุรี
Competitive Advantage Strategies for Aluminum Store
in Phetchaburi Province

ชุตินา ทองหนู*
(Chutima Thonghnoo)

บทคัดย่อ

การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันเป็นภารกิจที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานและการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรี 2) สร้างกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี และ 3) ประเมินกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายอลูมิเนียม จำนวน 15 คน และลูกค้าที่มาซื้อสินค้าหรือบริการของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 391 คน ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม และแบบประเมินความเหมาะสมของกลยุทธ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ โดยทำการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ และใช้การหมุนแกนแบบมุมฉาก ด้วยวิธีควาทิแมกซ์

ผลการวิจัยพบว่า

1.สภาพปัญหาด้านการดำเนินงานและการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียม พบว่า มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านวิธีการชำระเงิน ด้านการจัดร้านและจัดสินค้า ร้านมีข้อจำกัดด้านสถานที่จอดรถ ขนาดของร้านไม่เพียงพอ การสร้างการยอมรับจากกลุ่มลูกค้า ขาดการเรียนรู้และประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจ และปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านการตลาด ร้านรูปแบบเดิมที่เริ่มเสื่อมความนิยม ลูกค้าใช้บริการน้อยลงมีการแข่งขันสูงจากร้านค้ารายใหม่และธุรกิจร้านวัสดุก่อสร้างครบวงจร สินค้าและผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมบางประเภทมีต้นทุนการผลิตสูง ลูกค้าไม่เข้าใจในรายละเอียดของสินค้า การส่งมอบสินค้าเกิดความล่าช้าในการส่งพนักงานไม่แนะนำสินค้าใหม่

*วิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี 76000

ภายใต้การควบคุมของอาจารย์ ดร.ชลทิพย์ เอี่ยมสำอางค์ และอาจารย์ ดร.วัชร เวชประสิทธิ์

Thesis Master of Art General in Development Strategy Faculty of Humanities and Social Sciences

Phetchaburi Rajabhat University 76000

Corresponding author: bas_chutima_13@hotmail.com

2. การสร้างกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี ได้องค์ประกอบทั้งหมด 10 องค์ประกอบ 40 ตัวแปร มีพิสัยค่า ไอเกน อยู่ระหว่าง 7.010 – 1.306 และมีค่าความแปรปรวนสะสมร้อยละ 59.234 ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์ด้านการตลาด 2) กลยุทธ์การจัดส่งและจัดหาสินค้า 3) กลยุทธ์การให้บริการลูกค้า 4) กลยุทธ์การจัดร้านและประชาสัมพันธ์ 5) กลยุทธ์การตอบสนองลูกค้า 6) กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยี 7) กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม 8) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด 9) กลยุทธ์ด้านลูกค้าสัมพันธ์ 10) กลยุทธ์ด้านราคาและมาตรฐานสินค้า

3. การประเมินกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี พบว่า มีความเหมาะสมทุกกลยุทธ์

ผลงานวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี โดยนำกลยุทธ์จากการวิจัยไปเทียบเคียงและปรับใช้ตามบริบทของร้าน

คำสำคัญ: กลยุทธ์ การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ร้านจำหน่ายอลูมิเนียม

ABSTRACT

Competitive advantage creating was a mission that extremely important to business operations. The researcher was, therefore, interested in studying Competitive Advantage Strategies for Aluminum Store In Phetchaburi Province aiming to: 1) Study the problems of operations and marketing of Aluminum Store In Phetchaburi Province 2) creating competitive advantage strategies for Aluminum Store In Phetchaburi Province, and 3) evaluate competitive advantage strategies for Aluminum Store In Phetchaburi Province. The quantitative research samples were 15 entrepreneur, and 391 customers by multistage stage sampling. The research tools were a questionnaire with the 0.92 level of reliability. The data were analyzed by using percentage, mean, standard deviation, and Exploratory Factor Analysis with Principal component analysis (PC) and Orthogonal rotation by quartimax method.

The research results were as follows:

1. The problems of operations and marketing of Aluminum Store were to ; product problems, payment methods, store arrangement, had restrictions on parking places, size of the store was not enough, acceptance from customers, lack of learning and experience in business administration, personnel problems. The original style shop that started to decline to customers used fewer services and high competition from new stores and complete construction material shop businesses. Some aluminum products had high production costs,

customers do not understand the product details, delays in delivery, and employees do not recommend new products.

2. Competitive advantage strategies for Aluminum Store In Phetchaburi Province got all 10 elements, 40 variables had a range of eigen value between 7.010 - 1.306 and 59.234 percent of the variance, to inclusive; 1) Marketing strategy 2) Delivery and procurement strategy 3) Customer service strategy 4) Store and public relations strategy 5) Customer response strategy 6) Technology strategy 7) Innovation strategy 8) Marketing promotion strategy 9) Customer relationship strategy 10) Price and product standard strategy

3. Competitive advantage strategies for Aluminum Store evaluation were suitable for every strategy.

Research results can be used as a guideline for Competitive advantage strategies for Aluminum Store In Phetchaburi Province By comparing the research strategy and applying it in the context of the store.

Keywords: Competitive Advantage Strategies, Aluminum Store

Article history:

Received 28 August 2019

Revised 19 November 2019

Accepted 21 November 2019

SIMILARITY INDEX = 0.83 %

1. บทนำ

อลูมิเนียมนับเป็นโลหะที่มีปริมาณการใช้สูงมากเป็นอันดับสอง รองจากโลหะเหล็กและเหล็กกล้า เนื่องจากเป็นวัตถุดิบที่สำคัญของอุตสาหกรรมหลายประเภท สำหรับประเทศไทยประเทศไทยมีความต้องการใช้งานอลูมิเนียม (Total Demand) ในปีพ.ศ.2556 ปริมาณรวมทั้งสิ้น 1,051,515 ตัน คำนวณจากปริมาณความต้องการใช้งานรวมในกลุ่มอะลูมิเนียมที่ยังไม่ขึ้นรูป (Unwrought) จำนวน 880,190 ตัน มีการนำเข้าอลูมิเนียมจากต่างประเทศกว่า 550,000 ตัน หรือคิดเป็นมูลค่าเกือบ 50,000 ล้านบาทต่อปี การใช้ประโยชน์ของโลหะอลูมิเนียม สามารถใช้เป็นวัสดุสำหรับเป็นชิ้นส่วนของเครื่องจักรอุปกรณ์และชิ้นส่วนต่างๆ ที่ต้องการน้ำหนักเบา ความแข็งแรงสูง เช่น เป็นชิ้นส่วนในเครื่องบิน และรถยนต์เพื่อลดน้ำหนักของยานพาหนะให้น้อยลงและช่วยในการประหยัดเชื้อเพลิง หรือนำไปใช้เป็นวัสดุและชิ้นส่วนต่างๆ ที่ทนต่อการกัดกร่อนในชั้นบรรยากาศ เช่น ท่อ กรอบประตู กรอบหน้าต่าง และวัสดุก่อสร้างต่างๆ เป็นต้น (สถาบันเหล็ก และเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย, 2557) ซึ่งสภาพสังคมในปัจจุบันนี้มีประชากรเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก จึงทำให้เกิดความต้องการในการก่อสร้างที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น บุคคลที่มีที่อยู่อาศัยแล้วก็มีความต้องการที่จะตกแต่ง ต่อเติม หรือปรับปรุงที่พักอาศัยให้ดีขึ้น การจำหน่ายและประกอบติดตั้งประตูหน้าต่างกระจกอลูมิเนียม ถือเป็นอีกหนึ่งพื้นที่ที่สำคัญของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ อลูมิเนียมได้ถูกนำมาใช้เป็นวัตถุดิบหลักของวัสดุใช้ในการก่อสร้างและตกแต่งบ้าน เนื่องจากคุณสมบัติของความคงทน มีน้ำหนักเบา ไม่เป็นสนิม มีอายุการใช้งานได้นาน มีความสามารถสะท้อนแสงและความร้อนได้ดี อลูมิเนียมจึงถูกนำมาใช้แทนไม้และเหล็กในการก่อสร้าง ได้แก่ กรอบประตู กรอบหน้าต่าง ฝ้า ราวสะพาน และโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เพราะการจะสร้างบ้าน อาคารหรือคอนกรีตเสริมจะขาดประตูหน้าต่างไม่ได้เลย กล่าวได้ว่ายิ่งธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เติบโตเท่าไร ธุรกิจอลูมิเนียมก็ย่อมเติบโตขึ้นด้วยเช่นกัน

ปัจจุบันจังหวัดเพชรบุรีมีการสร้างห้างสรรพสินค้า สถานประกอบการต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย ส่งผลให้เกิดการก่อสร้างที่พัก ที่อยู่อาศัย สถานประกอบการธุรกิจต่าง ๆ และวัสดุที่ได้รับความนิยมในการสร้างและตกแต่งอาคารบ้านเรือนก็คืออลูมิเนียมและกระจก เพราะมีความคงทน สวยงาม ราคาไม่สูง ส่งผลให้มีผู้ประกอบการธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมเพิ่มขึ้นหลายแห่ง ประกอบกับเศรษฐกิจชะลอตัว ทำให้มีการแข่งขันทางด้านธุรกิจสูง ทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ เช่น การแข่งขันราคากันหลายร้าน ปัญหากิจการไม่มีสินค้าตามที่ลูกค้าต้องการ ปัญหาสินค้าบางประเภทไม่เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า รองลงมาเป็นปัญหาสินค้าไม่มีคุณภาพ ปัญหาขาดการประชาสัมพันธ์ โฆษณา ผลผลิตภายในร้านค้า ปัญหาคู่แข่งเพิ่มมากขึ้น ปัญหาการบริการของพนักงานต่อลูกค้ายังไม่ดีพอ ปัญหาผู้ประกอบการยังขาดความรู้ ความสามารถในการตลาด และปัญหาการขาดแรงงาน จึงจำเป็นต้องหากกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมเพื่อเป็นแนวทางในการประกอบธุรกิจให้ได้ประสิทธิผลมากที่สุด

การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันเป็นภารกิจที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจทั้งในอดีต จนถึงปัจจุบัน กลยุทธ์สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นกลยุทธ์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ เหมาะสำหรับสถานการณ์ในยุคปัจจุบัน โดยมีกลยุทธ์ในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ได้แก่ กลยุทธ์ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) กลยุทธ์ด้านบริการ (Service Differentiation) กลยุทธ์

ด้านบุคลากร (Personnel Differentiation) และกลยุทธ์ด้านช่องทางจัดจำหน่าย (Channel Differentiation) (Kotler, 1997) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี เพื่อศึกษาถึงสภาพปัญหาการดำเนินงานและการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรี สร้างกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี และประเมินกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี ผลของการวิจัย ทำให้ทราบข้อมูลสภาพปัญหาการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรี และได้รูปแบบกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี ที่สามารถเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจ ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางการตลาด ให้อยู่รอดและเจริญรุ่งเรืองต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานและการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรี
2. เพื่อสร้างกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี
3. เพื่อประเมินกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียม แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จในการแข่งขัน แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด
2. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้บริหารร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 15 คน และกลุ่มผู้ซื้อสินค้าของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 391 คน
3. ขอบเขตด้านพื้นที่และระยะเวลา ศึกษาธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในพื้นที่จังหวัดเพชรบุรี ระหว่างเดือน เมษายน พ.ศ. 2561 ถึงเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2562

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จในการแข่งขัน

วิทยา ด่านดำรงกุล (2546) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ความสำเร็จทางการแข่งขัน หมายถึง ความสามารถขององค์กรใดองค์กรหนึ่งในการสร้างผลงานเหนือองค์กรอื่น ๆ จากการผลิตสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าต้องการด้วยประสิทธิภาพที่เหนือกว่า พื้นฐานสำคัญของความสำเร็จทางการแข่งขันคือความเหนือในด้านประสิทธิภาพ คุณภาพ นวัตกรรม และการตอบสนองต่อผู้บริโภค

Porter (1980 อ้างถึงใน สุขชนนี เมธิโยธิน, 2555) ได้เสนอการประเมินสถานการณ์ความรุนแรงทางการแข่งขันของธุรกิจจากปัจจัย 5 ด้าน เรียกว่า แรงกดดัน 5 ประการ (five forces) เป็นปัจจัยที่ใช้

ประเมินโอกาสในการทำกำไร ตลอดจนประเมินความเข้มข้นของการแข่งขันธุรกิจแต่ละอุตสาหกรรมประกอบไปด้วย แรงกดดันจากคู่แข่งรายเดิมในตลาด แรงกดดันของการเข้ามายังตลาดของคู่แข่งรายใหม่ (New entrants) และแรงกดดันของสินค้าทดแทน (Substitute) แรงกดดันจากอำนาจการต่อรองของผู้ซื้อ และแรงกดดันจากอำนาจการต่อรองของผู้จัดส่งวัตถุดิบ

กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน มีด้วยกันหลายกลยุทธ์ เช่น กลยุทธ์การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนรวม (Cost leadership strategy) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง (Differentiation strategy) กลยุทธ์การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน (focus or niche strategy) กลยุทธ์ด้านคุณภาพ (Quality) กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม (Innovation) กลยุทธ์ด้านความรวดเร็ว (Speed) กลยุทธ์การตอบสนองอย่างรวดเร็ว (Quick Response) และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด 8P 's เป็นต้น

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สิทธา เจริญพานทอง (2551) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้างของลูกค้าในอำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหา คุณภาพของสินค้าและมาตรฐานของสินค้า ด้านราคา คือ กำหนดราคามีความเป็นมาตรฐาน มีราคาให้เลือกรตามคุณภาพสินค้า และการต่อรองราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน ความสะดวกในการเลือกซื้อ และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี เงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า และพนักงานให้ความรู้ในตัวสินค้า

กมลทิพย์ เสือสมิง (2557) ศึกษาเรื่อง ความแตกต่างด้านระดับความสำคัญของส่วนประสมการค้าปลีกที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้างระหว่างกลุ่มช่างและผู้รับเหมา Generation X กับ Generation Y ในจังหวัดชัยนาท พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพล คือ 1) สินค้าที่มีตรयीี่ห้อหลากหลาย 2) สินค้าที่มีความแปลกใหม่ทันสมัย 3) ความใหม่ของสินค้าและสินค้าไม่ค้างสต็อก 4) มีการปรับลดราคาตามสัดส่วนปริมาณของสินค้า 5) มีขบวนการสั่งซื้อไม่ยุ่งยาก 6) การจัดโปรโมชั่นลดราคา 7) การแจกของแถมและของสมนาคุณ 8) มีการตกแต่งที่ทันสมัยทั้งภายในและภายนอกร้าน 9) มีการสาธิตสินค้า 10) มีการส่งมอบสินค้าตรงตามเวลาที่กำหนด

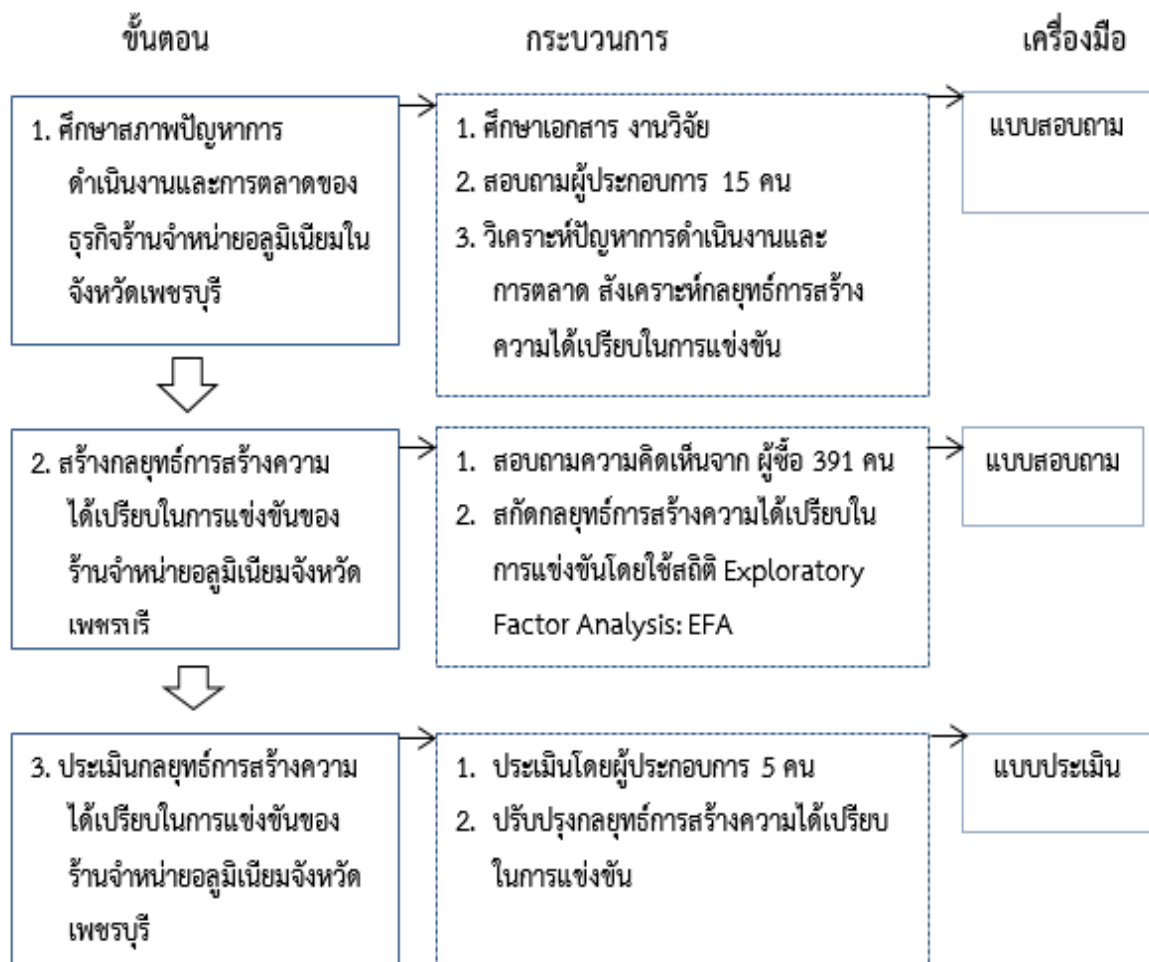
กมลกานต์ งามตระกูลชล (2558) ศึกษาเรื่อง มุมมองบนพื้นฐานทรัพยากร กลยุทธ์การแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ไม่ใช่ตัวเงินในมุมมองของลูกค้าของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์อูมิเนียมในประเทศไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ที่พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านกลยุทธ์การแข่งขันความเป็นผู้นำ ด้านต้นทุนโดยรวม โดยให้ความสำคัญกับการปรับปรุงการผลิต/ ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ด้านกลยุทธ์ความแตกต่างด้านผลิตภัณฑ์ โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และด้านกลยุทธ์ความแตกต่างด้านบริการ โดยให้ความสำคัญกับการมีบริการตอบสนองที่รวดเร็วในการให้บริการ

ซึ่งจากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ไม่มีงานวิจัยที่จะสร้างรูปแบบกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันสำหรับร้านจำหน่ายอูมิเนียมเลย เป็นเพียงการศึกษาว่า ได้ใช้แนวคิดของใครและผู้ประกอบการใช้กลยุทธ์อะไรบ้างเพียงเท่านั้น ทำให้ไม่สามารถนำไปใช้อย่างครอบคลุมและให้เกิดประสิทธิผล

ที่แท้จริง และสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า ผู้วิจัย จึงกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยโดย การศึกษา กลยุทธ์ของผู้ประกอบการร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรี นำมากำหนดเป็นข้อคำถามเพื่อสอบถาม กับกลุ่มลูกค้า ผู้ใช้บริการร้านจำหน่ายอลูมิเนียม เพื่อศึกษาว่า การดำเนินการแบบใดเป็นที่พึงพอใจของ ผู้ใช้บริการ แล้วทำการจัดกลุ่มกลยุทธ์โดยกระบวนการทางสถิติ เพื่อจำแนกกลยุทธ์การสร้างควมได้เปรียบใน การแข่งขัน แล้วทำการตรวจสอบอีกครั้ง เพื่อกำหนดเป็นกลยุทธ์การสร้างควมได้เปรียบในการแข่งขันของ ร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง กลยุทธ์การสร้างควมได้เปรียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัด เพชรบุรี ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณโดยใช้วิธีการวิจัยแบบสำรวจเพื่อรวบรวมข้อมูลและใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการวิจัยโดยมีรายละเอียด ดังนี้



แผนภาพที่ 1 ขั้นตอนการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพปัญหาการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรี เป็นการตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรี โดยการวิเคราะห์ปัญหาการตลาด สังเคราะห์กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรี ประชากรที่ศึกษา คือ ผู้บริหารร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรี โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามสภาพปัญหาการดำเนินงานและการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมและกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจากการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยวิธีดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ค่า IOC เท่ากับ 1 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ในช่วงเดือนกันยายน ถึง ตุลาคม พ.ศ.2561 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์ส่วนประกอบ (Component Analysis)

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี เป็นการตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 2) เพื่อสร้างกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี โดยการนำข้อมูลกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรีที่สังเคราะห์จากขั้นตอนที่ 1 มาสร้างเป็นแบบสอบถาม นำไปสอบถามกับประชากรกลุ่มผู้ซื้อสินค้าของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรี ในช่วงระยะเวลาในการวิจัย จำนวน 391 คน คำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran (อ้างถึงใน กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) แล้วใช้วิธีการทางสถิติในการสกัดกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรี เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถามกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจากการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยวิธีดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (Item-Objective Congruence Index: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ค่า IOC เท่ากับ 1 ตรวจสอบความเชื่อมั่นด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค เท่ากับ 0.922

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยตนเองและทีมงาน โดยเริ่มเก็บข้อมูลในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ.2561 ถึง มีนาคม พ.ศ.2562 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principle component analysis: PC) โดยกำหนดค่าไอเกน มากกว่า 1 และมีค่าความแปรปรวนสะสม มากกว่าร้อยละ 50 ใช้วิธีการหมุนแกนแบบ Quartimax Rotation

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี เป็นการตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ข้อ 3) เพื่อประเมินกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี โดยการให้ ผู้ประกอบการ จำนวน 5 คน ประเมินความ

เหมาะสมและเป็นไปได้ของกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี รวมทั้งให้ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไขให้กลยุทธ์มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบประเมินกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี เป็นแบบสอบถามปลายเปิด ทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจากการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยวิธีดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ค่า IOC เท่ากับ 1 ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ในช่วงเดือนพฤษภาคม – มิถุนายน พ.ศ.2562

4. ผลการวิจัย

1. การศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานและการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรี ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้บริหารร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 15 คน โดยประกอบกิจการอยู่ในเขตอำเภอเมืองเพชรบุรี 12 ราย อำเภอบ้านลาด 2 ราย และอำเภอบ้านแหลม 1 ราย จำแนกเป็นเพศชาย 14 คน เพศหญิง 1 คน มีอายุตั้งแต่ 36 ปี จนถึง 62 ปี ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 50-60 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี 14 ราย จบการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง 2 ราย มีประสบการณ์การบริหารร้านจำหน่ายอลูมิเนียม ตั้งแต่ 5 ปี จนถึง 29 ปี ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การบริหาร ระหว่าง 10-20 ปี

2. การดำเนินงาน ของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรีตั้งแต่ ปี 2558 จนถึงปัจจุบันสรุปได้ดังนี้

(1) การดำเนินงานของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรีตั้งแต่ ปี 2558 จนถึงปัจจุบันพบว่า ร้านจำหน่ายอลูมิเนียมมียอดขายคงที่ หรือลดลง มีร้านจำหน่ายอลูมิเนียมมีจำนวนเพิ่มขึ้นหลายร้านเป็นร้านแบบสมัยใหม่ ทำให้เกิดการตื่นตัว และเร่งปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจรองรับกับภาวะการแข่งขันที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต มีการจัดซื้อสินค้ามาอยู่ในคลังเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และแสวงหาสินค้าผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมที่มีต้นทุนต่ำมาขายให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า

(2) ปัญหาการดำเนินงานของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรีตั้งแต่ ปี 2558 จนถึงปัจจุบัน พบว่า มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านวิธีการชำระเงิน ด้านการจัดร้านและจัดสินค้า ร้านมีข้อจำกัดด้านสถานที่จอดรถ ขนาดของร้านไม่เพียงพอ การสร้างการยอมรับจากกลุ่มลูกค้า ขาดการเรียนรู้และประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจ และปัญหาด้านบุคลากร

(3) วิธีการแก้ไขปัญหาการดำเนินงานของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียม พบว่า ร้านทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมที่ออกใหม่ ทันสมัย และตรงตามความต้องการของลูกค้าในท้องตลาดนำมาให้ลูกค้าเลือกซื้อที่ร้าน ทางร้านมีบริการรับชำระเงินหลายรูปแบบ ปรับปรุงการจัดแสดงสินค้าภายในร้านพร้อมติดป้ายบอกราคาให้ชัดเจน จัดหาที่จอดรถให้ลูกค้า เรียนรู้ระบบการดำเนินงาน ปรับปรุงการดำเนินงานในส่วนที่มีปัญหา ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของลูกค้า พัฒนาการบริการต่าง ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

(4) ผลการดำเนินการแก้ไขปัญหาการดำเนินงานของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียม ตั้งแต่ ปี 2558 จนถึงปัจจุบัน พบว่า ร้านจำหน่ายอลูมิเนียมมีสินค้าหลากหลายรูปแบบให้ลูกค้าเลือกซื้อ สินค้ามีความทันสมัย

มีการรับชำระเงินหลายรูปแบบทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการและสินค้าของทางร้าน ทำให้สามารถกระตุ้นยอดขายและรักษายอดขายของร้านได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการบอกต่อจากกลุ่มลูกค้าเดิมสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ ทำให้มียอดขายเพิ่มขึ้น

3. การตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรีตั้งแต่ ปี 2558 จนถึงปัจจุบัน

(1) สภาพการณ์การตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรีตั้งแต่ ปี 2558 จนถึงปัจจุบัน พบว่า ก่อนช่วงที่มีการซื้อขายอลูมิเนียมจำนวนมาก แต่ยอดขายของร้านเท่าเดิมหรือเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย เนื่องจากมีร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ที่มีผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมและกระจกสำเร็จรูปมาจำหน่าย ทำให้ส่งผลกระทบต่อยอดขาย

(2) ปัญหาการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรีตั้งแต่ ปี 2558 จนถึงปัจจุบัน พบว่า ร้านส่วนใหญ่เป็นร้านแบบเดิมที่เริ่มเสื่อมความนิยม ลูกค้ามาใช้บริการน้อยลงประกอบกับมีร้านวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ส่งผลกระทบต่อร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรี สินค้าและผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมบางประเภทมีต้นทุนการผลิตสูง ลูกค้าไม่เข้าใจในรายละเอียดของสินค้า การส่งมอบสินค้าเกิดความล่าช้าในการส่ง พนักงานไม่แนะนำสินค้าใหม่

(3) วิธีการแก้ไขปัญหาการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียม พบว่า ร้านจำหน่ายอลูมิเนียมมีการเตรียมแผนรับสถานการณ์ โดยมีการปรับปรุงโครงสร้างองค์กร พัฒนาบุคลากร อบรมพนักงาน จัดทำฐานข้อมูลของลูกค้าพัฒนาระบบลูกค้าสัมพันธ์ วางระบบการจัดส่งและบริการสินค้า มีการส่งเสริมการตลาดจัดระบบคลังสินค้า และจัดรูปแบบการวางแสดงสินค้า

(4) ผลการดำเนินการแก้ไขปัญหาการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียม ตั้งแต่ ปี 2558 จนถึงปัจจุบัน พบว่า ทำให้ร้านจำหน่ายอลูมิเนียมสามารถรักษายอดขายไว้ได้ ได้รับการยอมรับจากกลุ่มลูกค้าและยังมีส่วนช่วยลดต้นทุนของทางร้านลงด้วย ยังช่วยทำให้พนักงานรักในองค์กร สร้างประสบการณ์ในการบริหารร้านให้สามารถแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบและตรงจุด

4. การสร้างกลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี กลุ่มตัวอย่างคือ ลูกค้าที่มาซื้อสินค้าหรือบริการของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 391 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 85.40) มีอายุระหว่าง 41-50 ปี (ร้อยละ 31.70) รองลงมาคืออายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 26.60) ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 38.60) อาชีพรับจ้างทั่วไป (ร้อยละ 34.00) ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 30.40) การศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. (ร้อยละ 26.30) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานะเป็นช่างอลูมิเนียม ผู้รับเหมาติดตั้งอลูมิเนียม กระจก (ร้อยละ 64.50) เจ้าของบ้าน (ร้อยละ 17.90) และผู้รับเหมาก่อสร้าง (ร้อยละ 17.60)

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ใช้การสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principle component analysis: PC) และใช้การหมุนแกนแบบมุมฉาก (Orthogonal rotation) ด้วยวิธีควาทิแมกซ์ (Quartimax method) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principle component analysis: PC)

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared			Rotation Sums of Squared		
	Total	Variance	Cumulative %	Loadings			Loadings		
				% of	Cumulative	%	% of	Cumulative	%
1	7.010	17.524	17.524	7.010	17.524	17.524	3.611	9.027	9.027
2	3.044	7.609	25.133	3.044	7.609	25.133	2.974	7.435	16.462
3	2.181	5.453	30.586	2.181	5.453	30.586	2.584	6.459	22.921
4	2.016	5.039	35.625	2.016	5.039	35.625	2.472	6.180	29.101
5	1.900	4.749	40.374	1.900	4.749	40.374	2.429	6.072	35.173
6	1.733	4.333	44.707	1.733	4.333	44.707	2.319	5.798	40.971
7	1.654	4.135	48.841	1.654	4.135	48.841	2.048	5.120	46.091
8	1.434	3.586	52.428	1.434	3.586	52.428	1.805	4.512	50.603
9	1.416	3.540	55.968	1.416	3.540	55.968	1.786	4.465	55.068
10	1.306	3.266	59.234	1.306	3.266	59.234	1.666	4.166	59.234

จากตารางที่ 1 การสกัดองค์ประกอบด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญ (Principle component analysis: PCA) พบว่า ได้องค์ประกอบทั้งหมด 10 องค์ประกอบ มีพิสัยค่า ไอเกน อยู่ระหว่าง 7.010 – 1.306 และมีค่าความแปรปรวนสะสมร้อยละ ในแต่ละองค์ประกอบ ประกอบด้วยตัวแปรดังนี้

องค์ประกอบที่ 1 กลยุทธ์ด้านการตลาด มี 7 ตัวแปร ได้แก่ 1) สามารถแนะนำร้านอื่นที่มีสินค้าให้กับลูกค้าได้ ในขณะที่ร้านไม่มีสินค้านั้น 2) การเอาใจใส่ต่อลูกค้าอยู่เสมอเช่น สอบถามความพึงพอใจคุณภาพของสินค้าที่ลูกค้าซื้อไป หรือสอบถามข้อเสนอแนะ ต่าง ๆ จากลูกค้าอยู่เสมอ 3) มีการแจกของแถมของขวัญ หรือของที่ระลึกให้กับลูกค้าเมื่อซื้อสินค้าในปริมาณมาก 4) สามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ค เพื่อติดต่อสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์หรือให้ข้อมูลข่าวสารกับลูกค้าได้สะดวกรวดเร็ว 5) มีการให้เครดิตและระยะเวลาผ่อนชำระนาน 6) ร้านมักมีข้อมูลเบื้องต้นเพื่อให้สามารถติดต่อกับลูกค้าได้สะดวกและรวดเร็ว 7) มีการสะสมคะแนนเมื่อซื้อสินค้ากับร้านค้าเครือข่าย ผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ มีค่า ไอเกน เท่ากับ 7.010 มีค่าพิสัยน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.758 – 0.501

องค์ประกอบที่ 2 กลยุทธ์การจัดส่งและจัดหาสินค้า มี 6 ตัวแปร ได้แก่ 1) สามารถจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าทันตามเวลาที่นัดหมาย 2) มีส่วนลดต่าง ๆ ให้ลูกค้าอยู่เสมอ 3) สามารถเสนอราคาสินค้าตรงตามความต้องการให้กับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม 4) สามารถจัดหาสินค้าจากร้านอื่นได้หลากหลายตามความต้องการของลูกค้าถึงแม้บางครั้งร้านจะไม่มีสินค้าที่ลูกค้าต้องการในขณะนั้น 5) การจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในโอกาสพิเศษหรือเทศกาลต่าง ๆ เช่น วันปีใหม่ ตรุษจีน สงกรานต์ เป็นต้น 6) มีการรับประกันสินค้าสามารถซ่อมโดยไม่มีค่าใช้จ่ายภายในระยะเวลาที่กำหนด มีค่า ไอเกน เท่ากับ 3.044 มีค่าพิสัยน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.687 – 0.526

องค์ประกอบที่ 3 กลยุทธ์การให้บริการลูกค้า มี 5 ตัวแปร ได้แก่ 1) เข้าใจความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มเป็นอย่างดี 2) มีบริการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้าภายในเขตพื้นที่บริการโดยไม่มีค่าใช้จ่าย 3) สามารถลดความสูญเสียจากกระบวนการผลิตหรือประกอบ ติดตั้ง งานอคูมิเนียมได้ดี 4) ร้านมีการปรับปรุงขั้นตอนในการบริการลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าหรือการบริการที่สะดวก ถูกต้อง และรวดเร็วอยู่เสมอ 5) มีความสามารถในการคิดรูปแบบ ดีไซน์ สินค้า รูปแบบการติดตั้งอคูมิเนียมที่มีความแตกต่างจากร้านอื่น มีค่า ไอเกน เท่ากับ 2.181 มีค่าพิสัยน้ำหนักรองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.697 – 0.501

องค์ประกอบที่ 4 กลยุทธ์การจัดร้านและประชาสัมพันธ์ มี 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) การจัดสินค้าเป็นระเบียบง่ายต่อการเลือกซื้อ ร้านมีบรรยากาศดี ตกแต่งสวยงาม 2) มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ทันสมัยพร้อมจำหน่ายอยู่เสมอ 3) มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการติดต่อสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ร้าน โฆษณาสินค้า ทำให้ลูกค้าได้รับข้อมูลที่รวดเร็วและทันสมัย มีค่า ไอเกน เท่ากับ 2.016 มีค่าพิสัยน้ำหนักรองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.813 – 0.592

องค์ประกอบที่ 5 กลยุทธ์การตอบสนองลูกค้า มี 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) สามารถจัดหาสินค้าที่ผลิตออกใหม่ทันสมัยมาจำหน่ายอย่างรวดเร็ว 2) มีการแจ้งความผันผวนของราคาสินค้ากับลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้ มีค่า ไอเกน เท่ากับ 1.900 มีค่าพิสัยน้ำหนักรองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.683 – 0.669

องค์ประกอบที่ 6 กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยี มี 4 ตัวแปร ได้แก่ 1) มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ เพื่อบริการลูกค้าให้ได้รับความสะดวก 2) สินค้าที่จำหน่ายที่มีความแข็งแรงทนทาน อายุการใช้งานนาน 3) มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการผลิตสินค้ารูปแบบต่างๆ 4) ผลิตและจำหน่ายสินค้า ตรงตามความต้องการของลูกค้า มีค่า ไอเกน เท่ากับ 1.733 มีค่าพิสัยน้ำหนักรองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.714 – 0.528

องค์ประกอบที่ 7 กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม มี 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) มีการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าตามเวลาที่กำหนด 2) มีความเร็วในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มีค่า ไอเกน เท่ากับ 1.654 มีค่าพิสัยน้ำหนักรองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.706 – 0.499

องค์ประกอบที่ 8 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด มี 6 ตัวแปร ได้แก่ 1) มีการจัดโปรโมชั่น มีของแถม ส่วนลดให้กับลูกค้า 2) พนักงานมีการติดตามการให้บริการลูกค้าหลังการขาย ด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม และเป็นมิตร 3) สินค้าและบริการมีความหลากหลาย ทันสมัย และพิเศษกว่าร้านอื่น 4) มีการจำหน่ายสินค้าในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ 5) ให้บริการรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า 6) พนักงานมีความรู้ มีทักษะ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับสินค้า สามารถแก้ปัญหาได้ให้ลูกค้าได้ มีค่า ไอเกน เท่ากับ 1.434 มีค่าพิสัยน้ำหนักรองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.629 – 0.297

องค์ประกอบที่ 9 กลยุทธ์ด้านลูกค้าสัมพันธ์ มี 3 ตัวแปร ได้แก่ 1) มีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า ให้ลูกค้าไว้วางใจกลับมาซื้อสินค้าอีก 2) มีบริการรับเปลี่ยนคืนสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด 3) อำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ ทางไลน์ เฟสบุ๊ก หรือช่องทาง อินเทอร์เน็ต มีค่า ไอเกน เท่ากับ 1.416 มีค่าพิสัยน้ำหนักรองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.632 – 0.406

องค์ประกอบที่ 10 กลยุทธ์ด้านราคาและมาตรฐานสินค้า มี 2 ตัวแปร ได้แก่ 1) ราคาสินค้าต่ำกว่าร้านอื่นในท้องตลาด 2) สินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าที่มีแบรนด์เป็นที่รู้จัก มีความน่าเชื่อถือเป็นไปตามมาตรฐาน มีค่า ไอเกน เท่ากับ 1.306 มีค่าพิสัยน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.704 – 0.431

5. การประเมินกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี โดยการนำกลยุทธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ไปให้เจ้าของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี จำนวน 5 คน จำแนกเป็นชาย 3 คน หญิง 2 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 51 ปี ขึ้นไป จำนวน 3 คน อายุระหว่าง 41-50 ปี 2 คน ประกอบธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียม 6 ปีขึ้นไป ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส ผู้ประกอบการทุกท่านมีความเห็นว่า กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรีมีความเหมาะสมและเห็นด้วยตามกลยุทธ์

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1. สรุปและอภิปรายผล

จากผลของการวิจัย สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการดำเนินงานและการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรี ผู้วิจัยอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

1.1 การดำเนินงานและการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรีตั้งแต่ปี 2558 จนถึงปัจจุบัน พบว่า ร้านจำหน่ายอลูมิเนียมบางร้านมียอดขายคงที่ บางร้านมียอดขายลดลงเนื่องจากมีร้านจำหน่ายอลูมิเนียมมีจำนวนเพิ่มขึ้นหลายร้าน เป็นร้านแบบสมัยใหม่ ทำให้เกิดการตื่นตัว และเร่งปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจรองรับกับภาวะการแข่งขันที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในอนาคต มีการจัดซื้อสินค้ามาอยู่ในคลังเพื่อให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า และแสวงหาสินค้าผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมที่มีต้นทุนต่ำมาขายให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร ยุบลมูล (2560) เรื่อง การสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างในจังหวัดพะเยา พบว่า ธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างในจังหวัดพะเยา ปัจจัยที่มีผลกระทบจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด คือ ระดับการคุกคามของธุรกิจทดแทน ระดับการต่อรองของลูกค้า ระดับการต่อรองของ Suppliers ระดับการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างในปัจจุบัน และระดับความยากของธุรกิจใหม่ที่เข้ามาแข่งขัน

1.2 ปัญหาการดำเนินงานและการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมในจังหวัดเพชรบุรีตั้งแต่ปี 2558 จนถึงปัจจุบัน พบว่า มีปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ ด้านวิธีการชำระเงิน ด้านการจัดร้านและจัดสินค้า ร้านมีข้อจำกัดด้านสถานที่จอดรถ ขนาดของร้านไม่เพียงพอ การสร้างการยอมรับจากกลุ่มลูกค้า ขาดการเรียนรู้และประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจ และปัญหาด้านบุคลากร สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรกิจ จันทร์แสงศรี (2550) เรื่อง กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างจังหวัดมหาสารคาม พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ที่มีความแตกต่างกันในเรื่องลักษณะการประกอบการ เงินทุนปัจจุบัน แหล่งที่มาของเงินทุน ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ และจำนวน

พนักงาน มีความคิดเห็นด้วยเกี่ยวกับการมีกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากร และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.3 วิธีการแก้ไขปัญหาค่าดำเนินงานและการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียม พบว่าร้านทำการศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์อลูมิเนียมที่ออกใหม่ ทันสมัย และตรงตามความต้องการของลูกค้าในท้องตลาดนำมาให้ลูกค้าเลือกซื้อที่ร้าน ทางร้านมีบริการรับชำระเงินหลายรูปแบบ ปรับปรุงการจัดแสดงสินค้าภายในร้านพร้อมติดป้ายบอกราคาให้ชัดเจน จัดหาที่จอดรถให้ลูกค้า เรียนรู้ระบบการดำเนินงาน ปรับปรุงการดำเนินงานในส่วนที่มีปัญหา ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและเป็นที่ต้องการของลูกค้า พัฒนาการบริการต่าง ๆ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า สอดคล้องกับ Kotler & Keller (2006 อ้างถึงใน ปีติกันต์ คำศรี, 2551) ที่กล่าวว่า หลักการที่องค์กรธุรกิจกำหนดเพื่อจะได้ประเมินว่าวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่ตั้งไว้นั้น สามารถบรรลุเป้าหมายของการขายหรือไม่ มีความสอดคล้องและความเป็นไปได้ในด้านเป็นเหตุเป็นผลมากน้อยเพียงใด

1.4 ผลการดำเนินการแก้ไขปัญหาค่าดำเนินงานและการตลาดของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียม ตั้งแต่ ปี 2558 จนถึงปัจจุบัน พบว่า ร้านจำหน่ายอลูมิเนียมมีการจัดหาสินค้าหลากหลายรูปแบบให้ลูกค้าเลือกซื้อ สินค้ามีความทันสมัย มีการรับชำระเงินหลายรูปแบบทำให้ลูกค้าได้รับความสะดวกลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการให้บริการและสินค้าของทางร้าน ทำให้สามารถกระตุ้นยอดขายและรักษายอดขายของร้านได้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดการบอกต่อจากกลุ่มลูกค้าเดิมสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ ทำให้มียอดขายเพิ่มขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการได้มีการทบทวนปัญหา และหาโอกาสทางการตลาด สอดคล้องกับ Kotler & Keller (2006 อ้างถึงใน ปีติกันต์ คำศรี, 2551) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบของกลยุทธ์ทางการตลาด ต้องมีการทบทวนยอดขาย (Review Sales Objectives) การทบทวนตลาดเป้าหมาย (Review target market) การทบทวนปัญหาและโอกาสทางการตลาด (Review of Problems and Opportunities) เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหา และหาข้อดีโอกาสทางการตลาดขององค์กรธุรกิจ และการกำหนดเกณฑ์หรือหลักการที่สอดคล้องกัน (Formulate a Rationale) เป็นเกณฑ์

2) เพื่อสร้างกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี จากผลการวิจัยพบว่า กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรีโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ได้องค์ประกอบทั้งหมด 10 องค์ประกอบ 40 ตัวแปร อภิปรายผลตามองค์ประกอบกลยุทธ์ ได้ดังนี้

2.1 กลยุทธ์ด้านการตลาด ร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี ต้องสามารถแนะนำร้านอื่นที่มีสินค้าให้กับลูกค้าได้ ในขณะที่ร้านไม่มีสินค้านั้น มีการเอาใจใส่ต่อลูกค้าอยู่เสมอเช่น สอบถามความพึงพอใจคุณภาพของสินค้าที่ลูกค้าซื้อไปหรือสอบถามข้อเสนอแนะ ต่าง ๆ จากลูกค้าอยู่เสมอ มีการแจกของแถมของขวัญ หรือของที่ระลึกให้กับลูกค้าเมื่อซื้อสินค้าในปริมาณมาก ร้านจำหน่ายอลูมิเนียมต้องสามารถใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ไลน์ เฟสบุ๊ค ทรูศัพท์ เพื่อติดต่อสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์หรือให้ข้อมูลข่าวสารกับลูกค้าได้สะดวกรวดเร็ว มีการให้เครดิตและระยะเวลาผ่อนชำระนาน ร้านต้องมีข้อมูลเบื้องต้นเพื่อให้สามารถติดต่อกับลูกค้าได้สะดวกและรวดเร็ว และมีการสะสมคะแนนเมื่อซื้อสินค้ากับร้านค้าเครือข่าย ผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิศา มณีรัตนรุ่งโรจน์ (2557) เรื่อง การ

ปรับตัวของธุรกิจครอบครัวค้าปลีกวัสดุก่อสร้างในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า แนวทางการปรับตัวของธุรกิจครอบครัวค้าปลีกวัสดุก่อสร้างเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันแบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ มีการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูงและแตกต่างจากคู่แข่ง เน้นลดต้นทุนผลิตภัณฑ์ในกลุ่มที่ไม่มีจำหน่ายในร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างสมัยใหม่ ด้านการบริการ เน้นให้คำปรึกษาแนะนำการเลือกใช้เครื่องมือและวัสดุก่อสร้างสร้างความเป็นกันเอง เน้นความสะดวกรวดเร็ว มีบริการจัดส่งสินค้า ด้านการส่งเสริมการขาย ส่วนใหญ่เลือกใช้วิธีการลดราคาสินค้าบางรายการเพื่อดึงดูดใจลูกค้าหรือให้ส่วนลดในกรณีที่ถูกค้าซื้อเงินสดในปริมาณมาก

2.2 กลยุทธ์การจัดส่งและจัดหาสินค้า ร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี ต้องสามารถจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าทันตามเวลาที่นัดหมาย มีส่วนลดต่าง ๆ ให้ลูกค้าอยู่เสมอ ร้านจำหน่ายอลูมิเนียมสามารถเสนอราคาสินค้าตรงตามความต้องการให้กับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ร้านจำหน่ายอลูมิเนียมสามารถจัดหาสินค้าจากร้านอื่นได้หลากหลายตามความต้องการของลูกค้าถึงแม้บางครั้งร้านจะไม่มีสินค้า ที่ลูกค้าต้องการในขณะนั้น มีการจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในโอกาสพิเศษหรือเทศกาลต่าง ๆ เช่น วันปีใหม่ ตรุษจีน สงกรานต์ เป็นต้น และมีการรับประกันสินค้าสามารถซ่อมโดยไม่มีค่าใช้จ่ายภายในระยะเวลาที่กำหนด ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรกิจ จันทร์แสงศรี (2550) เรื่อง กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างจังหวัดมหาสารคาม ที่พบว่า กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ควรให้ความสำคัญในด้านบุคลากร ซึ่งเป็นหัวใจของการบริการ มีการบริการที่ดี ถูกต้อง รวดเร็วสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และมีคุณภาพตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

2.3 กลยุทธ์การให้บริการลูกค้า ร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี ต้องสามารถเข้าใจความต้องการของลูกค้าเฉพาะกลุ่มเป็นอย่างดี มีบริการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้าภายในเขตพื้นที่บริการ โดยไม่มีค่าใช้จ่าย สามารถลดความสูญเสียจากกระบวนการผลิตหรือประกอบ ติดตั้ง งานอลูมิเนียมได้ดี ร้านมีการปรับปรุงขั้นตอนในการบริการลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รับสินค้าหรือการบริการที่สะดวก ถูกต้อง และรวดเร็วอยู่เสมอ ร้านมีความสามารถในการคิดรูปแบบ ดีไซน์ สินค้า รูปแบบการติดตั้งอลูมิเนียมที่มีความแตกต่างจากร้านอื่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรกิจ จันทร์แสงศรี (2550) เรื่อง กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างจังหวัดมหาสารคาม ที่พบว่า กลยุทธ์การสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ควรให้ความสำคัญในด้านบุคลากร ซึ่งเป็นหัวใจของการบริการ มีการบริการที่ดี ถูกต้อง รวดเร็วสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า และมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย

2.4 กลยุทธ์การจัดร้านและประชาสัมพันธ์ ร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี มีการจัดสินค้าเป็นระเบียบง่ายต่อการเลือกซื้อ ร้านมีบรรยากาศดี ตกแต่งสวยงาม มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ทันสมัยพร้อมจำหน่ายอยู่เสมอ มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการติดต่อสื่อสารประชาสัมพันธ์ร้าน โฆษณาสินค้า ทำให้ลูกค้าได้รับข้อมูลที่รวดเร็วและทันสมัย ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ งานวิจัยของ กมลทิพย์ เสือสมิง (2557) เรื่อง ความแตกต่างด้านระดับความสำคัญของส่วนประสมการค้าปลีกที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้างระหว่างกลุ่มช่างและผู้รับเหมา Generation X

กับ Generation Y ในจังหวัดชัยนาท พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพล คือ สินค้าที่มีความแปลกใหม่ ทันสมัย ความใหม่ของสินค้าและสินค้าไม่ค้างสต็อก มีการตกแต่งที่ทันสมัยทั้งภายในและภายนอกร้าน

2.5 กลยุทธ์การตอบสนองลูกค้า ร้านจำหน่ายอูมูนิเนียมจังหวัดเพชรบุรี ต้องสามารถจัดหาสินค้าที่ผลิตออกใหม่ทันสมัยมาจำหน่ายอย่างรวดเร็ว มีการแจ้งความผันผวนของราคาสินค้ากับลูกค้าเฉพาะกลุ่มได้ ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ งานวิจัยของ กมลทิพย์ เสือสมิง (2557) เรื่อง ความแตกต่างด้านระดับความสำคัญของส่วนประสมการค้าปลีกที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้างระหว่างกลุ่มช่างและผู้รับเหมา Generation X กับ Generation Y ในจังหวัดชัยนาท พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพล คือ สินค้าที่มีความแปลกใหม่ ทันสมัย มีการปรับลดราคาตามสัดส่วนปริมาณของสินค้า

2.6 กลยุทธ์ด้านเทคโนโลยี ร้านจำหน่ายอูมูนิเนียมจังหวัดเพชรบุรี ต้องมีการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อบริการลูกค้าให้ได้รับความสะดวกสินค้าที่จำหน่ายที่มีความแข็งแรงทนทาน อายุการใช้งานนาน มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการผลิตสินค้ารูปแบบต่างๆ มีการผลิตและจำหน่ายสินค้า ตรงตามความต้องการของลูกค้า ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ งานวิจัยของ อธิวรรธน์ วงศ์เนาวรัตน์ (2559) เรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างขนาดใหญ่ ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้ามากที่สุด

2.7 กลยุทธ์ด้านนวัตกรรม ร้านจำหน่ายอูมูนิเนียมจังหวัดเพชรบุรี ต้องมีการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าตามเวลาที่กำหนด มีความเร็วในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เดิมและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริพร ยุบลมุล (2560) ศึกษาเรื่อง การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างในจังหวัดพะเยา ที่พบว่า เนื่องจากธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างในจังหวัดพะเยามีอัตราการเจริญเติบโตสูง และมีการแข่งขันสูงด้วยเช่นกัน กลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสภาวะการณ์เช่นนี้ คือ กลยุทธ์การตลาดด้านการสร้างความแตกต่าง

2.8 กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด ร้านจำหน่ายอูมูนิเนียมจังหวัดเพชรบุรี ต้องมีการจัดโปรโมชั่นของแถม ส่วนลดให้กับลูกค้า พนักงานมีการติดตามการให้บริการลูกค้าหลังการขาย ด้วยความสุภาพ อ่อนน้อม และเป็นมิตร สินค้าและบริการมีความหลากหลาย ทันสมัย และพิเศษกว่าร้านอื่น มีการจำหน่ายสินค้าในราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพ การให้บริการรวดเร็วตามความต้องการของลูกค้า พนักงานมีความรู้ มีทักษะความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับสินค้า สามารถแก้ปัญหาได้ให้ลูกค้าได้ ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิทธา เจียมพานทอง (2551) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้างของลูกค้าในอำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีความรับผิดชอบต่อสินค้าที่มีปัญหาคุณภาพของสินค้าและมาตรฐานของสินค้า ด้านราคา คือ กำหนดราคาที่มีความเป็นมาตรฐาน มีราคาให้เลือกตามคุณภาพสินค้า และการต่อรองราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ มีบริการจัดส่งสินค้าถึงสถานที่ใช้งาน ความสะดวกในการเลือกซื้อ และความรวดเร็วในการจัดส่งสินค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ พนักงานมีมนุษยสัมพันธ์ดี เงื่อนไขการรับเปลี่ยน/คืนสินค้า และพนักงานให้ความรู้ในตัวสินค้า

2.9 กลยุทธ์ด้านลูกค้าสัมพันธ์ ร้านจำหน่ายอลูมิเนียม ต้องมีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า ให้ลูกค้าไว้วางใจกลับมาซื้อสินค้าอีก มีบริการรับเปลี่ยนคืนสินค้าภายในระยะเวลาที่กำหนด และมีอำนวยความสะดวกในการสั่งซื้อสินค้าได้หลายช่องทาง เช่น ทางโทรศัพท์ ทางไลน์ เฟสบุ๊ก หรือช่องทางอินเทอร์เน็ต ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนัสนันท์ รักษายศสกุล (2560) เรื่อง ผลกระทบของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการให้ความสำคัญเกี่ยวกับด้านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ ของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับมาก พฤติกรรมการใช้โซเชียล และส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยผ่านการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์อย่างมีนัยสำคัญโดยมีค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางบวกเท่ากับ 0.42

2.10 กลยุทธ์ด้านราคาและมาตรฐานสินค้า ร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี ต้องมีราคาสินค้าต่ำกว่าร้านอื่นในท้องตลาด สินค้าที่จำหน่ายเป็นสินค้าที่มีแบรนด์เป็นที่รู้จัก มีความน่าเชื่อถือเป็นไปตามมาตรฐาน ผลของการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรียาพร จิระไพฑูรย์ และ ชีระ ฤทธิรอด (2556) ศึกษาเรื่อง การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านจิวะพาณิชย์ อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น พบว่า ปัจจัยที่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญมากที่สุด คือด้านราคา

3) เพื่อประเมินกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายอลูมิเนียมทุกท่านมีความเห็นว่า กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรีมีความเหมาะสมและเห็นด้วยตามกลยุทธ์ ทั้งนี้แสดงว่า กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรีสามารถนำไปปรับใช้ได้จริง

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. การนำกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรีไปใช้ควรพิจารณาความเหมาะสมตามบริบทของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมแต่ละร้าน
2. กลยุทธ์การสร้างความสำเร็จในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรี เรียงองค์ประกอบตามความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าน้ำหนักความสำคัญ พบว่า ปัจจัยที่มีน้ำหนักสำคัญที่สุดที่ควรนำมาปฏิบัติได้แก่ กลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์การจัดส่งและจัดหาสินค้า กลยุทธ์การให้บริการลูกค้า และกลยุทธ์การจัดร้านและประชาสัมพันธ์

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการนำผลการวิจัยไปทดลองใช้ เพื่อยืนยันกลยุทธ์ที่สามารถสร้างความสำเร็จในการแข่งขันด้านธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมได้จริง
2. ควรมีการวิจัยผลกระทบในการนำกลยุทธ์การสร้างความสำเร็จในการแข่งขันของร้านจำหน่ายอลูมิเนียมจังหวัดเพชรบุรีไปใช้ว่ามีผลกระทบต่อผู้ประกอบการ กลุ่มลูกค้าและสภาวการณ์แข่งขันของธุรกิจร้านจำหน่ายอลูมิเนียมอย่างไร

เอกสารอ้างอิง

- กมลกานต์ งามตระกูลชล. (2558). มุมมองบนพื้นฐานทรัพยากร กลยุทธ์การแข่งขัน และผลการดำเนินงานที่ไม่ใช้ตัวเงินในมุมมองของลูกค้าของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์อูคูมิเนียมในประเทศไทย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- กมลทิพย์ เสือสมิง. (2557). ความแตกต่างด้านระดับความสำคัญของส่วนประสมการค้าปลีกที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้างระหว่างกลุ่มช่างและผู้รับเหมา Generation X กับ Generation Y ในจังหวัดชัยนาท. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ชนิศา มณีรัตนรุ่งโรจน์.(2557). การปรับตัวของธุรกิจครอบครัวค้าปลีกวัสดุก่อสร้างในจังหวัดนครราชสีมา. การค้นคว้าอิสระสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคมมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ธีรวรรณ วงศ์เนาวรัตน์. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้าร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างขนาดใหญ่ ในจังหวัดนครราชสีมา. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- มนัสนันท์ รักษายศสกุล. (2560). ผลกระทบของการบริหารลูกค้าสัมพันธ์ออนไลน์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปรียาพร จิระไพฑูรย์ และ ธีระ ฤทธิรอด. (2556). การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของร้านจิวะพาณิชย์ อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น. วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (ฉบับบัณฑิตศึกษา) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์.2 (1).35-42.
- ปิติกานต์ คำศรี (2549). การวางแผนกลยุทธ์การตลาดอินเทอร์เน็ตของบริษัท วิง ทราเวล เชียงใหม่จำกัด. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 23 ตุลาคม 2560. 2562, จาก<http://wpc.mod.go.th/Fundamentals/Fundamentals/Pdffile/SM.aspx>
- วิทยา ด่านดำรงกุล. (2546). การบริหารเพื่อความสำเร็จ. (พิมพ์ครั้งที่ 4).กรุงเทพมหานคร : เวิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น,
- ศิริพร ยุบลมูล. (2560). การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างในจังหวัดพะเยา. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยพะเยา.

- สถาบันเหล็ก และเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย. (2557). รายงานฉบับสมบูรณ์การสำรวจสถานภาพอุตสาหกรรมโลหะนอกกลุ่มเหล็ก (Non-ferrous metals): อะลูมิเนียมภายใต้โครงการพัฒนาศูนย์ข้อมูลเชิงลึกอุตสาหกรรมเหล็กและโลหการประจำปีงบประมาณ 2557. กรุงเทพมหานคร : สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย.
- ลิธธา เจียมพานทอง. (2551). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกร้านวัสดุก่อสร้างของลูกค้าในอำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุชนนี เมธิโยธิน. (2555). กลยุทธ์เพื่อการแข่งขัน. วารสารนักบริหาร. 32 (3). 127-133.
- สุรภิจ จันทรแสงศรี. (2550). กลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้างจังหวัดมหาสารคาม. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการตลาด มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- Kotler, P. (1997). *Marketing management: analysis, planning implementation and control*. (9th ed). New Jersey: Asimmon &Schuster.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคาร
ของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร
The Marketing Mix Factors that Influence to Selection of Bank Loan Service
of Private Staffs in Bangkok

ณัฐธิดา ณ นคร*
(Nattanicha NA NAKORN)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครเมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 2) อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคาร ของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากตัวอย่างจำนวน 400 ราย ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่า

- 1) การเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อจำแนกตาม ระดับการศึกษา และรายได้
- 2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย ผลិតภัณฑ์ ($b = 0.11$) ราคา ($b = 0.28$) ช่องทางการจัดจำหน่าย ($b = 0.21$) และการส่งเสริมทางการตลาด ($b = 0.10$) สมการมีอำนาจการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 35 และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y = 0.11X_1^* + 0.28X_2^{**} + 0.21X_3^{**} + 0.10X_4^*$$

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด บัตรสินเชื่อธนาคาร พนักงานเอกชน

*อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 10110

Lecturer, Faculty of Business Administration Bangkok University 10110

Corresponding author: judy2211@gmail.com

ABSTRACT

The objectives of this research include 1) To study the choosing bank loan service of private employees in Bangkok when classifies by personal factors and 2) The influence of marketing mix factors that is affected the selection of bank loan service of private employees in Bangkok. In addition, a researcher collected data from a sample of 400 cases by using convenient random sampling. The statistics used for data analysis consisted of frequency, percentage, average, standard deviation, T value analysis, one-way analysis of variance and multiple regression analysis.

The result of this study indicated that

1) Selection of bank loan service of private staffs in Bangkok as classified by the personal factors, there are statistically significant differences and to categorized by education level and income.

2) The factors of the marketing mix that affects the selection of bank loan service of private employees in Bangkok which includes the product ($b=0.11$), price ($b=0.28$), distribution channel ($b=0.21$) and marketing promotion ($b=0.10$). Besides that, the equation has a predictive power equal to 35; and it can write the equation as follows

$$Y = 0.11X_1^* + 0.28X_2^{**} + 0.21X_3^{**} + 0.10X_4^*$$

Keywords: Marketing Mix, Bank Loan Service ,Private Staffs

Article history:

Received 22 December 2019

Revised 4 February 2020

Accepted 9 February 2020

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. บทนำ

ปัจจุบันสินเชื่อเข้ามามีบทบาทอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ในชีวิตของคนเราทุกคน จากการเติบโตของภาคธุรกิจ และกลยุทธ์ทางการตลาด ส่งผลให้เกิดการกระตุ้นอุปสงค์ของลูกค้า การมีสินเชื่อมีผลดี เพราะทำให้เกิดการเงินหมุนเวียนเข้าสู่ตลาด และเกิดการกระตุ้นทางเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันก็มีผลเสียหากผู้บริโภคใช้สินเชื่ออย่างไม่มีแผน จนก่อให้เกิดหนี้เสียในระบบได้ กล่าวได้ว่าความสามารถของผู้ขอสินเชื่อ และความสามารถในการชำระคืนภายในกำหนดเวลาที่ตกลงกันไว้มีความสำคัญต่อธุรกิจนี้ ด้วยภาวะการเติบโตของตลาด จึงหลีกเลี่ยงไม่พ้นกับการแข่งขันกันอย่างรุนแรงในธุรกิจดังกล่าว การแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดในลูกค้าบุคคลไม่ว่าจะเป็นสินเชื่อบุคคล สินเชื่อที่อยู่อาศัยและบัตรเครดิต เป็นต้น จึงเกิดขึ้นมากในปัจจุบัน

สินเชื่อสามารถทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นกว่าเดิม โดยสามารถจัดหาสินค้าและบริการมาใช้เพื่อตอบสนองความต้องการได้สะดวกรวดเร็ว และทันต่อความต้องการโดยเฉพาะสินค้าที่จำเป็นและมีราคาสูง เช่น บ้าน ที่ดิน และสิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน เป็นต้น นอกจากนี้สินเชื่อยังช่วยขจัดความทุกข์ยากได้ในคราวจำเป็น เช่น การเจ็บป่วยกะทันหัน หรือกรณีมีเหตุฉุกเฉิน สถาบันการเงินเกือบทุกแห่งมีรายได้จากธุรกิจสินเชื่อเป็นรายได้หลัก จากการศึกษาสถาบันการเงินมีหน้าที่ในการระดมเงินออมจากผู้มีเงินเหลือเก็บออมและนำเงินดังกล่าวมาหมุนเวียนให้แก่ผู้ออมกับอัตราดอกเบี้ยที่ได้รับจากผู้กู้ (สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ์, 2561: 92) กล่าวได้ว่า มนุษย์ใช้สินเชื่อเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ตั้งแต่ในระดับพื้นฐานอันได้แก่ปัจจัยสี่ ไปจนถึง ขั้นสูงสุดคือการเติบโตเต็มความต้องการของชีวิตสำหรับพนักงานเอกชนในกรุงเทพมหานคร มนุษย์เงินเดือนที่มีรายได้ในระดับปานกลางไปยังค่อนข้างน้อย ต่อค่าครองชีพที่สูงในเมืองหลวงของประเทศไทย การจะตอบสนองความต้องการดังกล่าวจะเป็นต้องมีการบริการจากสินเชื่อ และสินเชื่อธนาคารเป็นช่องทางหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการดำรงชีวิต

งานวิจัยดังกล่าวเกิดขึ้นโดยมีความมุ่งหมายในการสร้างคุณประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ และผู้ที่สนใจศึกษาเรื่องการใช้บริการสินเชื่อธนาคาร ของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในมิติของความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคล และการใช้ส่วนประสมทางการตลาด โดยมุ่งหวังจะนำเสนอเขตแดนของความรู้ทางการตลาดและการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครเมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคาร ของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานในการศึกษา

1. การเลือกใช้บริการสินค้าของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความแตกต่างกันเมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินค้าของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัย มุ่งเน้นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยการศึกษาจากหนังสือ บทความ วารสาร งานวิจัย และเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 แนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด เปรียบเสมือนปัจจัยที่สำคัญที่ช่วยให้การดำเนินธุรกิจด้านการตลาดบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายขององค์กร ซึ่งต้องอาศัยปัจจัยด้านต่าง ๆ ร่วมกัน โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552: 80-81) ได้กล่าวไว้ว่าส่วนประสมการตลาดหมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย

Armstrong and Kotler (2009: 616) เสนอว่า ส่วนประสมทางการตลาดคือ ปัจจัยที่ประกอบด้วย

1) ด้านผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอแก่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและต้องสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้นเป็นตัวสำคัญที่มีรายละเอียดที่จะต้องพิจารณารายละเอียด เช่น ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Produce Variety) ชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ (Brand Name) คุณภาพ ของผลิตภัณฑ์ (Quality) การรับประกันผลิตภัณฑ์ (Warranties) และการรับคืนผลิตภัณฑ์ (Returns)

2) ด้านราคา หมายถึง ต้นทุนที่ลูกค้าต้องจ่ายในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการรวมถึงความพยายามในการใช้ความคิดและการก่อพฤติกรรม เปรียบเสมือนคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการคุ้มค่างบเงินที่จ่ายไป

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องที่จะนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้าซึ่งต้องพิจารณาในส่วนของที่ตั้ง สถานที่ในการบริการให้แก่ลูกค้า ช่องทางในการนำเสนอการให้บริการแก่ลูกค้าที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย ไม่ต้องใช้ความยากลำบากในการมาขอรับบริการ รวมทั้งมีค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด ซึ่งในปัจจุบันรูปแบบในการนำเสนอบริการมีการใช้เครื่องมือไปรษณีย์การสื่อสารโดยจดหมายอิเล็กทรอนิกส์หรือโทรศัพท์ทำให้สามารถให้บริการแก่ลูกค้าได้มากขึ้น

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ การสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจและเห็นคุณค่าของสิ่งที่เสนอขายเป็นการให้ความรู้ ชักจูง หรือเป็นการเตือน ความจำเป็นของตลาดเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ

2.2 การเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคาร

ผู้วิจัยกำหนดแนวทางตามระดับความต้องการ 5 ประการ ของ Maslow ซึ่งในทางการตลาด ผู้ทำธุรกิจจะต้องศึกษาถึงพฤติกรรมภายในของลูกค้าด้วย เช่น แรงบันดาลใจ ความรัก ความนิยม ซึ่งก็จะมาเกี่ยวข้องกับด้านจิตวิทยาของมนุษย์ ทำให้นักการตลาดต้องมาวิเคราะห์ว่า มีปัจจัยอะไรที่ทำให้แต่ละคนมีความต้องการไม่เหมือนกัน Maslow ได้คิดค้นทฤษฎีแรงจูงใจ - The Theory of Human Motivation ขึ้นมา ซึ่งเกี่ยวข้องกับพื้นฐานในการดำรงชีวิตของมนุษย์ บนความคิดที่ว่า การตอบสนองต่อแรงจูงใจจะเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมเบื้องหลังของมนุษย์ โดยบอกถึง ลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ ที่มีแนวโน้มความต้องการอันใหม่ที่สูงขึ้น เมื่อความต้องการพื้นฐานได้รับการตอบสนองแล้ว (การตลาดเข้าใจได้, 2562)

โดยลำดับขั้นความต้องการของมนุษย์ในการดำรงชีวิต ตามหลักของมาสโลว์ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 1) ความต้องการทางกายภาพ หรือ ความต้องการด้านปัจจัยสี่ เป็นความต้องการพื้นฐานที่มนุษย์ต้องการอย่างแรก เพื่อให้ดำรงชีวิตได้อย่างปกติ ได้แก่ ปัจจัยสี่ อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค ที่พักอาศัย และรวมถึงสิ่งที่ทำให้การดำรงชีวิตสะดวกสบายมากขึ้นในทางกายภาพ
- 2) ความต้องการด้านปลอดภัย หรือ ความต้องการความมั่นคงในชีวิต หลังจากที่มีปัจจัยสี่ครบแล้ว ขึ้นต่อมามนุษย์จะต้องการเรื่องความปลอดภัย เพื่อให้ชีวิตมีความมั่นคงมากขึ้น หรือบางคนก็มีคนที่ต้องดูแล พ่อแม่ หรือครอบครัว การสร้างความปลอดภัยและมั่นคงให้กับชีวิต จะทำให้เราดำรงชีวิตได้โดยไม่รู้สีกังวลหรือเป็นห่วง ทั้งตัวเองและคนรอบข้าง
- 3) ความต้องการทางสังคม ขึ้นตอนมา เมื่อมีความมั่นคงในชีวิตแล้ว คนเราก็กต้องการความรัก ความเป็นเจ้าของและการยอมรับจากคนรอบข้าง เพื่อให้ตัวเองรู้สึกมีค่าในกลุ่มของตนเอง เพราะมนุษย์ก็เป็นสัตว์สังคม และเรามักชอบเปรียบเทียบสถานะกับผู้อื่นเสมอ
- 4) ความต้องการการยอมรับนับถือ เมื่อผ่านขั้นที่ 3 มาแล้ว มนุษย์ต้องการขยายการยอมรับให้ใหญ่ขึ้น ไม่ใช่แค่ยอมรับในกลุ่มของตนเองเท่านั้น แต่ต้องได้รับการยอมรับในวงกว้างขึ้นอีก โดยต้องการที่จะเปลี่ยนสถานะทางสังคมให้สูงขึ้นด้วย เพื่อให้คนอื่นมองเห็นว่าเรามีคุณค่า มีชื่อเสียง เกียรติยศ ฐานะตำแหน่ง และได้รับการยกย่อง เคารพนับถือตามมา
- 5) ความต้องการความเติบโตในชีวิต เป็นขั้นสุดท้าย โดยความต้องการถึงสิ่งที่จะมาเติมเต็มความสมบูรณ์ และคุณค่าที่แท้จริงของมนุษย์ ซึ่งแต่ละคนจะมีความปรารถนาในชีวิตสูงสุดไม่เหมือนกัน ซึ่งคนที่มาถึงขั้นนี้ส่วนใหญ่ มักจะเล็งเห็นประโยชน์ของคนอื่นหรือสังคมส่วนรวมเป็นสำคัญ

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วรพล ดีขาว (2559) ศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน เขตชลบุรี 1 การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน เขตชลบุรี 1 เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 344 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่า

แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโลจิสติก พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 20-30 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพโสด อาชีพพนักงานบริษัทหรือรับจ้าง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท ผลที่ได้จากแบบจำลองโลจิสติกแสดงให้เห็นว่า เพศ (หญิง) อายุ อาชีพ (ธุรกิจส่วนตัว) เป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน เขตชลบุรี 1 ผลการวิเคราะห์ของรูปแบบโลจิสติกพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน เขตชลบุรี 1 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .10 ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในด้านการผ่อนชำระเงินกู้ได้หลายวิธี ปัจจัยด้านบุคลากรในด้านพนักงานมีความสุภาพ มนุษยสัมพันธ์ดี และเต็มใจให้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการในด้านระบบการทำงานที่ถูกต้อง แม่นยำ น่าเชื่อถือ ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพในด้านมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน

สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ์ (2561) ศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์ ได้แก่ 1) เพื่อศึกษาถึงความจงรักภักดีในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 2) เพื่อศึกษาถึงอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างได้แก่ลูกค้าเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 402 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายชั้นตอน ด้วยการแยกเขตของกรุงเทพมหานครออกเป็น 6 เขตการปกครอง ทำการจับเขตตัวแทน 6 เขต แล้วจับรายชื่อธนาคารพาณิชย์ที่อยู่ในแต่ละเขตนั้น ดำเนินการเก็บข้อมูลจากลูกค้าตัวอย่างธนาคารในแต่ละเขตจำนวนที่ละ 67 ราย วิเคราะห์สถิติพรรณนา ด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน สถิติสรุปร่างอ้างอิง วิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และสถิติสรุปร่างอ้างอิง เพื่อการทดสอบสมมติฐานเรื่องอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้การวิเคราะห์ตัวแบบสมการเชิงโครงการ ผลการวิจัยพบว่า

1. ความจงรักภักดีในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า มีความแตกต่างกันตาม อายุ การศึกษา รายได้ และอาชีพ
2. ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.88$) โดย สามารถแสดงค่าน้ำหนักขององค์ประกอบได้ดังนี้ ผลิตภักดิ์ ($x = 0.14$) ราคา ($x = 0.15$) ช่องทางการจัดจำหน่าย ($x = 0.18$) การส่งเสริมการตลาด($x = 0.45$) บุคลากร($x = 0.48$) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ($x = 0.48$) และกระบวนการให้บริการ($x = 0.47$)

สิริรัก บุญมี และ ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ (2562) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ประเภทโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน จังหวัดชุมพร โดยการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ประเภทโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน จังหวัดชุมพร เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

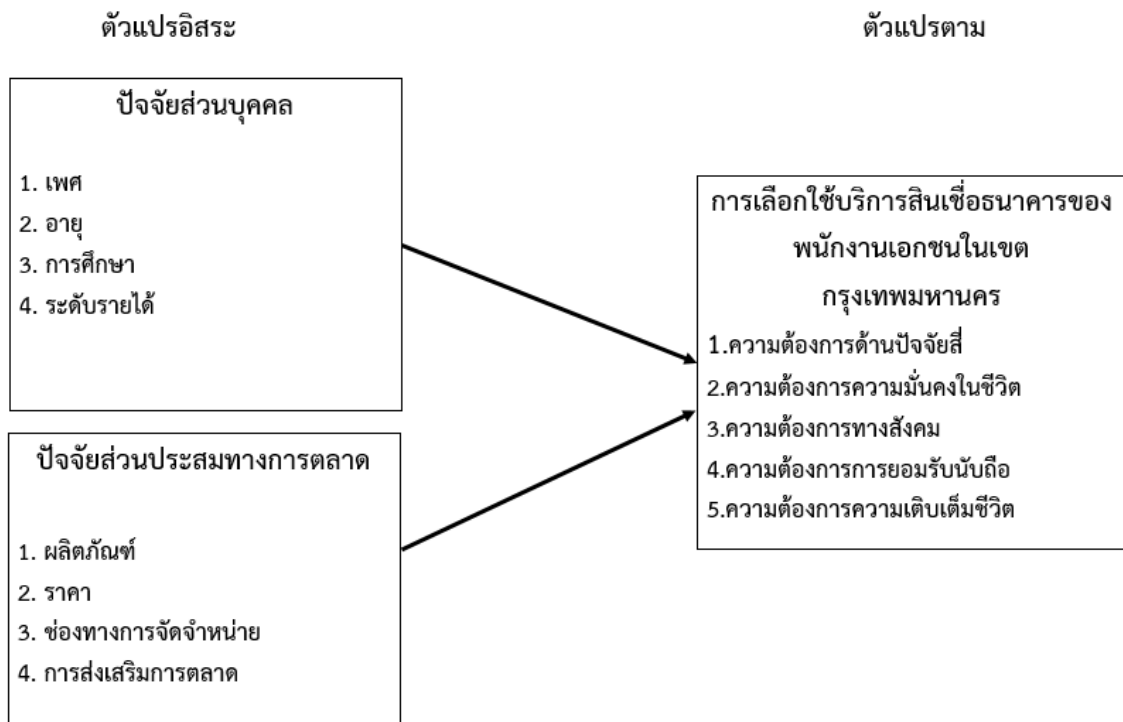
สินเชื่อประเภทโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน จังหวัดชุมพรใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจความคิดเห็นจากลูกค้าที่มาใช้บริการสินเชื่อประเภทโครงการธนาคารประชาชนธนาคารออมสิน จังหวัดชุมพรจำนวน 2,866 คน เก็บตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่าผลิตภัณฑ์สินเชื่อ การส่งเสริมการตลาด พนักงานธนาคารผู้ให้บริการ สถานที่ให้บริการและภาพรวมการให้บริการของธนาคาร กระบวนการทำงานและรูปแบบการให้บริการของธนาคาร และผลิตภาพและคุณภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อนุรักษ์ เพ็ชรอินทร (2558) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน). โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิหลังทางประชากร ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางการตลาด ของผู้ให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาความแตกต่างภูมิหลังทางประชากรของผู้ใช้บริการกับปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) เพื่อศึกษาความแตกต่างภูมิหลังทางประชากรของผู้ใช้บริการกับปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ใช้การศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้เป็นผู้ที่เคยใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) มีจำนวนทั้งสิ้น 113,135 คน โดยแบ่งผู้ให้บริการสินเชื่อส่วนบุคคล เป็นปีที่เริ่มใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) เป็นครั้งแรก ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดการสุ่มตัวอย่างทั้งหมด 300 ตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนบุคคลในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 ทั้งนี้ความต้องการเติมเต็มชีวิตมีความสำคัญในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.50 และกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความต้องการปัจจัยสี่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.15

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดในการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน) ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.33 ทั้งนี้ปัจจัยทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีความสำคัญในระดับมากและมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 3.80 และกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดด้านราคา มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 3.22

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับ แนวคิดเรื่องส่วนประสมทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ ,2552: 80-81;Armstrong and Kotler 2009: 616) แนวคิดเรื่อง การเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารตามแนวทางตามระดับความต้องการ 5 ประการ ของ Maslow (อ้างอิงใน การตลาดเข้าใจได้, 2562) และงานวิจัยของ วรพล ดีขาว (2559); สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ์ (2561);สิริรัก บุญมี และ ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ (2562) และ อนุรักษ์ เพ็ชรอินทร (2558) ผู้วิจัยนำมาสร้างกรอบแนวคิดได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคาร ของพนักงานเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร เน้นการใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลจาก พนักงานเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้การสุ่มแบบสะดวก หาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากรจากสูตรของ Cochran (1953) เครื่องมือได้แก่แบบสอบถามที่ผ่านความตรงเชิงเนื้อหา สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ประกอบไปด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ค่าที่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

4. ผลการวิจัย

1. คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็น ร้อยละ 51.25 มีอายุ 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.25 จบระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 59.25 มีรายได้ 20,001–25,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 40.50

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคาร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับ อยู่ในระดับมาก (Mean = 4.20) โดยด้านผลิตภัณฑ์ได้รับการประเมินในระดับมากที่สุด (Mean = 4.35) ส่วนราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด ได้รับการประเมินระดับมาก (Mean = 4.12, 4.18, 4.14) การเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมได้รับการประเมินในระดับ มากที่สุด (Mean = 4.24) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความต้องการด้านปัจจัยสี่ ความต้องการความมั่นคงในชีวิต จะอยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.58, 4.27) ความต้องการทางสังคม ความต้องการการยอมรับนับถือ ความต้องการความเติบโตชีวิต จะอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.17, 4.18, 4.01) ตามลำดับ

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

1. การเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครมีความแตกต่างกันเมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 1 การเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคาร	เพศ	อายุ	การศึกษา	รายได้
ความต้องการด้านปัจจัยสี่	0.380	0.267	4.549**	2.136
ความต้องการความมั่นคงในชีวิต	0.147	0.857	5.725**	5.281**
ความต้องการทางสังคม	0.367	2.259	10.504**	9.321**
ความต้องการการยอมรับนับถือ	0.240	3.246*	9.722**	6.915**
ความต้องการความเติบโตชีวิต	0.952	2.247	10.653**	8.602**
ภาพรวม	0.249	2.228	15.455**	10.292**

การเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อจำแนกตาม ระดับการศึกษา และรายได้

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคาร ของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยทดสอบค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันพบว่าตัวแปรอิสระไม่มีคู่ใดมีความสัมพันธ์กันเกิน 0.80 จึงไม่พบปัญหาภาวะเส้นตรงร่วมเชิงพหุสามารถทำการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุได้ผลดังนี้

ตารางที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อนานาชาติ ของพนักงานเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

	B	SE.	Beta	t	sig
(Constant)	1.31	0.25		5.15**	0.00
ผลิตภัณฑ์	0.11	0.05	0.09	2.06*	0.04
ราคา	0.28	0.04	0.35	7.02**	0.00
ช่องทางการจัดจำหน่าย	0.21	0.05	0.22	4.32**	0.00
การส่งเสริมทางการตลาด	0.10	0.04	0.11	2.29*	0.02

$R^2 = 0.35$

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการสินเชื่อนานาชาติของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ (b = 0.11) ราคา (b = 0.28) ช่องทางการจัดจำหน่าย (b = 0.21) และการส่งเสริมทางการตลาด (b = 0.10) สมการมีอำนาจการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 35 และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y = 5.15^{**} + 0.11X_1^* + 0.28X_2^{**} + 0.21X_3^{**} + 0.10X_4^*$$

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1. สรุปและอภิปรายผล

1. การเลือกใช้บริการสินเชื่อนานาชาติของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อจำแนกตาม ระดับการศึกษา และรายได้ ผลการวิจัยดังกล่าวจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ์ (2561) ที่ศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการเลือกใช้บริการสินเชื่อนานาชาติพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่ผลการวิจัยพบว่า การเลือกใช้บริการสินเชื่อนานาชาติพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของลูกค้า มีความแตกต่างกันตาม การศึกษา และรายได้ ในขณะที่ การเลือกใช้บริการสินเชื่อนานาชาติของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ เมื่อจำแนกตาม เพศ และ อายุ ซึ่งจะขัดแย้งกับงานวิจัยของ วรพล ดีขาว (2559) ที่ศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน เขตชลบุรี 1 โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน เขตชลบุรี 1 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .10 ได้แก่ เพศ และ อายุ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อ การเลือกใช้บริการสินเชื่อนานาชาติของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมทางการตลาด ผลการวิจัยดังกล่าวจะสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ์

(2561) ที่ศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.88$) โดยสามารถแสดงค่าน้ำหนักขององค์ประกอบได้ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ ($x = 0.14$) ราคา ($x = 0.15$) ช่องทางการจัดจำหน่าย ($x = 0.18$) การส่งเสริมการตลาด ($x = 0.45$) และงานวิจัยของ สิริรัก บุญมี และ ชนทัต บุญรัตน์กิตติภูมิ (2562) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนผสมการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ประเภทโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน จังหวัดชุมพร ที่พบว่า ผลิตภัณฑ์สินเชื่อ การส่งเสริมการตลาด พนักงานธนาคารผู้ให้บริการ สถานที่ให้บริการและภาพรวมการให้บริการของธนาคาร กระบวนการทำงานและรูปแบบการให้บริการของธนาคาร และผลิตภาพและคุณภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. ความแตกต่างของระดับการศึกษา และรายได้จะมีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารของพนักงานเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ดังนั้นผู้ที่สนใจจะวางกลยุทธ์เพื่อสร้างความแตกต่างในการแข่งขันจำเป็นต้องให้ความสำคัญต่อปัจจัยดังกล่าว ผู้ที่มีระดับการศึกษา และรายได้ที่สูงกว่ามีแนวโน้มจะต้องการสินเชื่อที่ ตอบสนองต่อ ความต้องการทางสังคม ความต้องการการยอมรับนับถือ ความต้องการความเติบโตชีวิต มากกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่ำกว่าอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มคนดังกล่าวจึงต้องมุ่งเน้นประโยชน์ของบริการสินเชื่อธนาคาร ที่ตรงกับความต้องการที่แท้จริงดังกล่าว

2. ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ายุคใหม่ที่มีความต้องการใช้บริการสินเชื่อธนาคารเพื่อเติบโต ความต้องการการยอมรับนับถือ ดังนั้นการให้บริการที่แสดงถึงความแตกต่างให้กับลูกค้ายุคใหม่จะสร้างประทับใจได้ตั้งแต่แรกใช้บริการ และการจัดข้อมูลส่งเสริมการตลาดให้ตอบสนองความต้องการดังกล่าวจึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

3. ส่วนประสมทางการตลาดทุกมิติสามารถทำให้การเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารมีแนวโน้มสูงขึ้นได้ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจึงต้องจัดส่วนประสมทางการตลาดในทุกมิติให้สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยดังกล่าวมุ่งเน้นแต่การทำวิจัยเชิงปริมาณผู้ที่สนใจอาจขยายการทำวิจัยเชิงคุณภาพเสริมเพื่อข้อมูลที่เข้มข้นมากยิ่งขึ้น

2. ด้วยข้อจำกัดด้านเวลาทำให้การสุ่มตัวอย่างในงานดังกล่าวไม่ใช้การสุ่มแบบค้ำเนินโอกาสทางสถิติผู้สนใจอาจพัฒนางานโดยใช้การสุ่มที่น่าเชื่อถือ การขยายเขตแดนในการจัดเก็บ เพื่อทำให้งานมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

3. ค่าอำนาจการพยากรณ์ที่ได้จากส่วนประสมทางการตลาดยังไม่สูงมากนัก แสดงให้เห็นว่าการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารยังมีปัจจัยอื่นที่ส่งผล ผู้ที่สนใจอาจต่อยอดโดยการศึกษาตัวแปรอิสระอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อขยายเขตแดนความรู้ดังกล่าว

เอกสารอ้างอิง

- การตลาดเข้าใจได้ (2562). **ลำดับชั้นความต้องการของคน Maslow's Theory**.สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2562,จาก <https://www.margetting.com/post/maslow-theory>
- วรพล ดีขาว.(2559).พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเคหะของธนาคารออมสิน เขตชลบุรี 1.**วารสารวิชาการศรีปทุมชลบุรี**.12(3). 45-54.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ศุภร เสรีรัตน์ ปณิศา มีจินดา อรทัย เลิศวรรณวิทย์ ปริญา ลักษิตานนท์ งามอาจ ปทะวานิช และ จิระวัฒน์ อนุชานนท์ (2552). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพมหานคร : ธรรมสาร.
- สิริรัก บุญมี และ ชมทนต์ บุญรัตน์กิตติภูมิ.(2562).ปัจจัยส่วนผสมการตลาดกับกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ประเภทโครงการธนาคารประชาชนของธนาคารออมสิน จังหวัดชุมพร. **วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา**. 8 (1).94-100.
- สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ์. (2561).อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความจงรักภักดีในการเลือกใช้บริการสินเชื่อธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร. **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม**. 5 (1).91-103.
- อนรรักษ์ เพ็ชรอินทร.(2558).ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ สินเชื่อส่วนบุคคลธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน).การค้นคว้าอิสระวารสารศาสตรมหาบัณฑิต.สาขาวิชาการจัดการการสื่อสารองค์กร.คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Armstrong, G. & Kotler, P. (2009). **Marketing, an introduction**. (9th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Cochran, W.G. (1953). **Sampling Techniques. Experimental Designs**, New York. Cuyno.

การประยุกต์ใช้เสียงเพื่อควบคุมแสงสว่างบ้านอัจฉริยะสำหรับผู้สูงอายุ

The application of voice-controlled smart home lighting for the elderly

ปิติภทร ปินบุตร¹ กายรัฐ เจริญราษฎร์² กิตติพงษ์ ภูพัฒน์วิบูลย์ และ ณัฐชามณูท์ ศรีจำเริญรัตน์³

(Pitiphat Pinbut, Kairat Jaroenrat, Kittipong Pooputwibul and Natchamol Srichumroenrattana)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการพัฒนาระบบควบคุมอุปกรณ์ไฟฟ้าด้วยเสียงโดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีด้านเสียงในการควบคุมแสงสว่าง ให้เป็นตัวเลือกในการอำนวยความสะดวกในใช้งานประจำวันให้กับผู้สูงอายุผ่านระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ ซึ่งการศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาการทำงานของแอปพลิเคชันระบบสั่งการด้วยเสียง 2) เพื่อศึกษาวิธีการอำนวยความสะดวกการใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าภายในที่อยู่อาศัยผ่านระบบการสื่อสารไร้สายให้กับผู้สูงอายุ 3) เพื่อประเมินผลระบบควบคุมแสงสว่างผ่านระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ ทั้งนี้ เมื่อการวิจัยเสร็จสิ้นพบว่าสามารถทำได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัยคือ 1) ได้แอปพลิเคชันที่สามารถสั่งการด้วยเสียงและใช้งานได้บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ 2) ได้แอปพลิเคชันที่ทำให้ผู้สูงอายุสามารถควบคุมการเปิดปิดหลอดไฟด้วยเสียงพูด 3) ได้ผลการประเมินผลระบบ โดยผู้วิจัยได้นำแอปพลิเคชันนี้ไปให้ประชาชนในพื้นที่รอบมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมซึ่งเป็นผู้สูงอายุจำนวน 45 คน ได้ทดลองใช้ โดยจากการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจของระบบ พบว่าผลประเมินระบบโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.64 จาก 5 ด้วยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.25 อันประกอบไปด้วยผลประเมินประสิทธิภาพในด้านอุปกรณ์อยู่ในระดับมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.61 จาก 5 ด้วยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.36 ผลประเมินประสิทธิภาพในด้านการใช้งานโปรแกรมอยู่ในระดับมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.59 จาก 5 ด้วยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.24 และผลประเมินความพึงพอใจของระบบก็อยู่ในระดับมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.71 จาก 5 ด้วยค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.25

คำสำคัญ: แอนดรอยด์ เทคโนโลยีเสียง อาร์ดูโน

¹ นักศึกษาหลักสูตรสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000

Students, Faculty of Business Computer Faculty of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University 73000

² อาจารย์ประจำหลักสูตร ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร์ กำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน 73140

Lecturer, Department of Computer Engineering, Faculty of Engineering at Kamphaeng Saen, Kasetsart University, 73140

³ อาจารย์ประจำหลักสูตรสาขาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000

Lecturer, Faculty of Business Computer Faculty of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University 73000

Corresponding author: natchamol@webmail.npru.ac.th

ABSTRACT

This research is to develop a voice control system for electrical devices by applying speech recognition technology to control lighting which providing an option to facilitate daily use for the elderly through the Android operating system. The purpose of this research is as follows: 1) to study the operation of the voice command system application, 2) to study how to facilitate the use of electrical equipment within the residence through the wireless communication system for the elderly, 3) to evaluate the lighting control system via the Android operating system. However, when the research has been completed, we found that the result met the research objectives as follows: 1) get an Android application that can be voice controlled, 2) get an application that gives the elderly can control the light by voice, 3) get system evaluation results by giving this application to people in the area around Nakhon Pathom Rajabhat University, which are 45 elderly people. By evaluating the satisfaction of the overall system performance, we found that in terms of development for actual use, the overall performance was at the highest level with the average value of 4.64 from 5 with the standard deviation of 0.25. The satisfaction in the equipment was at the highest level with the average value of 4.61 from 5 with the standard deviation of 0.36. The performance in using the program is at the highest level with an average of 4.59 from 5 with standard deviation of 0.24. And satisfaction in using the system was at the highest level with an average of 4.71 from 5 with standard deviation of 0.25.

Keywords: Android Operating System, Voice, Arduino

Article history:

Received 10 July 2019

Revised 20 December 2019

Accepted 23 December 2019

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. บทนำ

ปัจจุบันการใช้เทคโนโลยีนับเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็น โทรศัพท์มือถือ โน้ตบุ๊ก และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งเครื่องมืออำนวยความสะดวกเหล่านี้ต่างมีความมุ่งหวังให้มนุษย์ใช้ชีวิตที่ สะดวก และทำให้คุณภาพชีวิตมีความเหมาะสมในแต่ละช่วงเวลามากยิ่งขึ้น อีกทั้งการคาดหวังต่าง ๆ นี้จึงมี การนำเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์มาผสมผสานกับการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ ซึ่งในปี ค.ศ. 2516 พบว่า ประชากรอายุ 60 ขึ้นไปในประเทศไทยมีถึงร้อยละ 16.5 ซึ่งแสดงถึงแนวโน้มของการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (รติมา คชนันท์, 2561: 4-5)

จากสถิติดังกล่าวประเทศไทยควรมีแนวทางการรับมือกับสังคมผู้สูงอายุในประเทศในหลายๆ ด้าน โดยด้านการยกระดับคุณภาพชีวิตเป็นส่วนหนึ่งที่ต้องให้ความสำคัญ ซึ่งปัญหาในช่วงเวลาที่ผ่านมาเห็นได้ชัดว่า จำนวนประชากรผู้สูงอายุได้เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว สำหรับข้อมูลประชากรผู้สูงอายุในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2553 พบว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวน 8.4 ล้านคน และคาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2563 และ พ.ศ. 2573 จะเพิ่มขึ้นเป็น 12.2 ล้านคน และ 17.7 ล้านคนตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบกับประชากร วัยเด็ก (อายุ 0-14ปี) และวัยแรงงาน (อายุ 15-59 ปี) พบว่าสัดส่วนประชากรผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น อัน เนื่องมาจากอัตราการเกิดของทารก และการเสียชีวิตของผู้สูงอายุลดลงอย่างต่อเนื่องและรวดเร็ว ปัญหาที่ สำคัญอีกอย่างคือปัญหาด้านสุขภาพ เมื่อผู้สูงอายุมีอายุเพิ่มมากขึ้นร่างกายจะเสื่อมถอย และอ่อนแอลง จึงใจ มีการแปรปรวน สถานการณ์สุขภาพของผู้สูงอายุของประเทศไทยจึงพบว่าเป็นโรคเรื้อรังเพิ่มมากขึ้น เช่น โรคเบาหวาน ความดันโลหิต ไตวาย โรคดังกล่าวสามารถนำไปสู่การเสียชีวิตของผู้สูงอายุและเป็นภาวะที่บั่น ทอนสุขภาพ (พิมพ์สิทธิ์ บัวแก้ว และ รติพร ถึงฝั่ง, 2559: 95-97)

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นจะพบว่าการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดคุณค่าและมีประโยชน์แก่ผู้สูงอายุ เช่นการพัฒนาแอปพลิเคชันมาประยุกต์ใช้นั้นจะทำให้สามารถนำความรู้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ได้มากมาย ไม่ ว่าจะเป็น การนำความรู้ไปถ่ายทอดให้ผู้อื่น หรือนำไปประยุกต์ใช้ในการเรียน สิ่งเหล่านี้ก็จะช่วยทำให้สามารถ สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่อผู้สูงอายุหรือผู้ที่มีปัญหาทางด้านสุขภาพ ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาระบบควบคุม อุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับผู้สูงอายุโดยสั่งการด้วยเสียง ซึ่งมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อนำเทคโนโลยีการรู้จำเสียงมา ประยุกต์ใช้เพื่อทำการควบคุมอุปกรณ์อำนวยความสะดวกแก่มนุษย์ โดยสามารถนำไปประยุกต์กับผู้สูงอายุ และผู้ที่มีความผิดปกติทางร่างกาย ให้สามารถควบคุมการปิดเปิดอุปกรณ์ไฟฟ้าในชีวิตประจำวันโดยไม่ต้องลุก เดินหรือขยับร่างกาย และสามารถดำเนินชีวิตอย่างเป็นปกติไม่สร้างภาระแก่ผู้ครอบครัว อีกทั้งในอนาคตยัง สามารถนำไปประยุกต์พัฒนาเพื่อให้สามารถควบคุมอุปกรณ์ไฟฟ้าอิเล็กทรอนิกส์ที่ซับซ้อนต่าง ๆ ได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการทำงานของแอปพลิเคชันระบบสั่งการด้วยเสียง
2. เพื่อศึกษาวิธีการอำนวยความสะดวกการใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าภายในที่อยู่อาศัยผ่านระบบการสื่อสารไร้ สายให้กับผู้สูงอายุ
3. เพื่อประเมินผลระบบควบคุมแสงสว่างผ่านระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านสรีระ จิตใจ และสังคม (โกศล วงศ์สวรรค์, สุชีลา ตุลยะเสถียร และสถิต วงศ์สวรรค์ 2544; จินตนา สงค์ประเสริฐ, 2538) ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในด้านหนึ่งคือด้านร่างกายที่มีการเสื่อมของอวัยวะต่างๆ จนทำให้สูญเสียความคล่องแคล่วในการเคลื่อนไหว แต่ทั้งนี้กลับปรากฏว่าผู้สูงอายุยังคงต้องการทำตนให้เป็นประโยชน์หรืออย่างน้อยก็ไม่เป็นภาระให้กับผู้อื่น ดังเช่น กุลยา ตันติผลาชีวะ (2524: 5) ได้อธิบายถึงความต้องการของผู้สูงอายุด้วยแนวคิดของ Clark พบว่า หนึ่งในสิ่งที่คุณสูงอายุต้องการคือทำตนให้เป็นประโยชน์ โดยสามารถแบ่งความต้องการของผู้สูงอายุออกเป็นด้านต่าง ๆ ได้หลายประการ และโดยหนึ่งในนั้นคือความต้องการในการพึ่งพาตนเองให้มากขึ้น ดังนั้นจึงมีการวิจัยและพัฒนา ระบบต่าง ๆ ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุที่เคลื่อนไหวไม่สะดวก ดังเช่นงานวิจัยดังต่อไปนี้

ธนวิทย์ ทิพย์ธาราโลย (2553) ได้ศึกษาเกี่ยวกับระบบควบคุมเครื่องใช้ไฟฟ้าผ่านเทคโนโลยีเว็บระบบควบคุมอุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้าพื้นฐานเพื่อสร้างเครื่องต้นแบบในการควบคุมอุปกรณ์ไฟฟ้าและเครื่องใช้ไฟฟ้าผ่านเว็บเบราว์เซอร์ และยังสามารถทราบถึงความเป็นไปภายในที่พิกัดภัยจากระยะไกลได้ซึ่งทำให้มีความปลอดภัยและป้องกันเหตุร้ายที่จะเกิดขึ้นได้

สมชาย บदनอก ชูติมา รักสกุล และ สิริณญา ศรีแทนแก้ว (2553) ได้ศึกษาเกี่ยวกับระบบเปิด-ปิดไฟด้วย SMS เพื่อควบคุมการเปิด-ปิดไฟภายในบ้านโดยใช้ข้อความผ่านโทรศัพท์เครื่องรับให้เปลี่ยนเป็นสัญญาณทางไฟฟ้าที่สามารถนำไปควบคุมการเปิด-ปิดอุปกรณ์ไฟฟ้าได้ โดยใช้การเขียนโปรแกรมเข้ามาช่วยในการแปลงสัญญาณจากการส่ง SMS

ปรีชา สมสอน โสวัตร บุญยศ และ ประสิทธิ์ นครราช (2554) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการควบคุมอุปกรณ์ไฟฟ้าผ่านบลูทูธด้วยโทรศัพท์เคลื่อนที่โดยทำงานผ่านอุปกรณ์ไร้สายหรือ บลูทูธจะถูกส่งผ่านบลูทูธจากโทรศัพท์เคลื่อนที่ไปยังไมโครคอนโทรลเลอร์เพื่อสั่งการให้อุปกรณ์ไฟฟ้าทำงานด้วยสัญญาณการควบคุมจากโทรศัพท์เคลื่อนที่และสามารถแจ้งกลับการใช้งานไปยังโทรศัพท์ของผู้ใช้ได้ด้วย

ประธาน เนียมน้อย จิตติ คงแก้ว และนายจตุรงค์ มะโนปลื้ม (2555) ได้ศึกษาเกี่ยวกับระบบควบคุมไฟฟ้าไร้สายผ่านเว็บเบราว์เซอร์มีความสะดวกต่อการใช้งานโดยอุปกรณ์ไฟฟ้าซึ่งสามารถเปิด-ปิดใช้ไฟฟ้าและแสดงปริมาณการใช้งานผ่านทางเว็บเบราว์เซอร์การใช้งานคือผู้ใช้จะทำการเข้าระบบเมื่อทำการล็อกอินได้สำเร็จจะเข้าสู่หน้าเว็บเบราว์เซอร์ที่ใช้ใ้การควบคุมระบบไฟฟ้าซึ่งจะทำงานควบคุมผ่านผู้ใช้และจะแสดงสถานะ การใช้งานระบบไฟฟ้ากราฟแสดงการใช้งานไฟฟ้าที่แสดงผ่านหน้าเว็บเบราว์เซอร์

สามารถ ยืนยงพานิช (2557) ได้ศึกษาเกี่ยวกับระบบควบคุมการเปิด-ปิดไฟด้วย Wi-Fi ผ่านเว็บเบราว์เซอร์เพื่อศึกษาการควบคุมอุปกรณ์เทคโนโลยีแบบไร้สายผ่านเว็บเบราว์เซอร์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้งาน และศึกษาแบบจำลองการควบคุมระบบไฟซึ่งสามารถเปิด-ปิดไฟ แจ้งสถานะการเปิด-ปิดไฟผ่านทางเว็บเบราว์เซอร์ได้ และแจ้งสถานะการเปิด-ปิดไฟ

ฉวีวรรณ ดวงทาแสง และคณะ (2558) ได้ศึกษาเกี่ยวกับระบบควบคุมการเปิด-ปิดไฟภายในห้องแบบอัตโนมัติในการใช้งานระบบวงจรแปลงไฟกระแสสลับเป็นไฟกระแสตรงจะทำให้สามารถทำให้สามารถ

เชื่อมต่อไฟฟ้าภายในห้องได้ระบบจะทำการตรวจวัดความเข้มแสงและการเคลื่อนไหวจะสร้างสัญญาณควบคุมการเปิด-ปิดไฟภายในห้องเมื่อตรวจพบการเคลื่อนไหว

อนุพงศ์ แก้วเขียว และเสาวลักษณ์ วรรณภา (2559) ได้ศึกษาการทำการทดลองควบคุมไฟฟ้า ซึ่งได้ทดลองการเชื่อมต่อรูปแบบที่ใช้งานในบ้านพักโดยไม่ใช้ระบบควบคุม โดยเป็นการต่อสวิตช์การอุปกรณ์ไฟฟ้าโดยตรง ซึ่งจะเห็นได้ว่าการใช้งานนี้ จะเป็นเพียงรูปแบบการใช้งานการเปิดปิดสวิตช์เท่านั้น และได้ทำการศึกษาเทคโนโลยีการเชื่อมต่อรูปแบบใช้สายสัญญาณในการควบคุมการเชื่อมต่อรูปแบบไร้สายโดยผ่านอุปกรณ์จำลองโดยใช้คอมพิวเตอร์โดยใช้ชิปควบคุมอุปกรณ์ไฟฟ้าภายใน บ้าน และ ใช้ชิปบีโดยต่อกับบอร์ดรีเลย์

อรวรรณ คำไซร์ และทิพวิมล ชมพุกำ (2559) ได้ใช้บอร์ดราสเบอร์รี่พายพัฒนาระบบเปิด-ปิดไฟฟ้าด้วยเซ็นเซอร์ตรวจจับความเคลื่อนไหว และเซ็นเซอร์วัดระยะมาประยุกต์ใช้ในการเปิด-ปิดไฟฟ้าโดยการตรวจสอบการเคลื่อนไหวในการทดสอบกับโมเดลบ้านจำลองพื้นที่และบริเวณทำการวิจัย เช่น จำลองสถานะการณ์เมื่อภายในบริเวณบ้านมีวัตถุเคลื่อนไหวภายในระยะที่กำหนดเซ็นเซอร์จะทำการเปิดไฟภายในบริเวณดังกล่าว ได้อย่างถูกต้อง

Kumar and Pati (2016) ได้พัฒนาระบบสนับสนุนภายในบ้านสำหรับผู้สูงอายุในการควบคุมอุปกรณ์ไฟฟ้าต่าง ๆ โดยพัฒนาโดยใช้บอร์ดอาร์ดูโนเมก้า ร่วมกับบอร์ดราสเบอร์รี่พาย2 โดยมีส่วนติดต่อผู้ใช้ที่เข้าใจง่ายและติดตั้งได้ง่าย

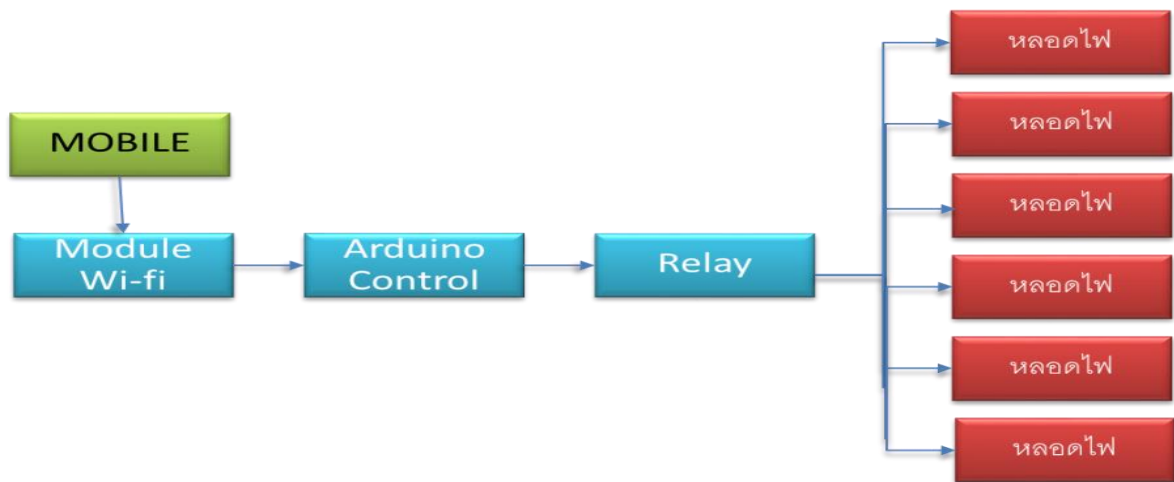
เจษฎา ขจรฤทธิ์ ปิยนุช ชัยพรแก้ว และหนึ่งฤทัย เอ็งฉ้วน (2017) ได้พัฒนาระบบควบคุมอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับบ้านอัจฉริยะผ่านสมาร์ตโฟน ซึ่งประกอบด้วย แอปพลิเคชัน Android บริการ NETPIE และหน่วยควบคุมไมโครคอนโทรลเลอร์ เพื่อควบคุมแสงสว่างภายในบ้านจากที่ใด ๆ ผ่านระบบสมาร์ตโฟนที่ทำการเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ต

Ruiz-García and Flores-Arias (2017) ได้พัฒนาระบบควบคุมแสงสว่างผ่านการสื่อสารไร้สายสำหรับใช้ในที่พักอาศัยโดยประยุกต์ใช้โปรโตคอล DALI ร่วมกับเทคโนโลยีบลูทูธแบบประหยัดพลังงานบนบอร์ดอาร์ดูโน และพัฒนาแอปพลิเคชัน บนแพลตฟอร์มของระบบแอนดรอยด์

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

กรอบแนวคิดของการวิจัยแสดงไว้ในแผนภาพที่ 1 ซึ่งเป็นการพัฒนาระบบการใช้เสียงในการควบคุมแสงสว่างให้กับผู้สูงอายุ โดยมีคุณสมบัติดังนี้

- ใช้ไมโครคอนโทรลเลอร์ตระกูล Arduino
- ใช้โมดูลเชื่อมต่อเครือข่ายไร้สาย ESP-8266
- ใช้รีเลย์สวิตช์เพื่อควบคุมหลอดไฟฟ้า
- ออกแบบให้มีการใช้งานง่ายโดยควบคุมจากสมาร์ตโฟน



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

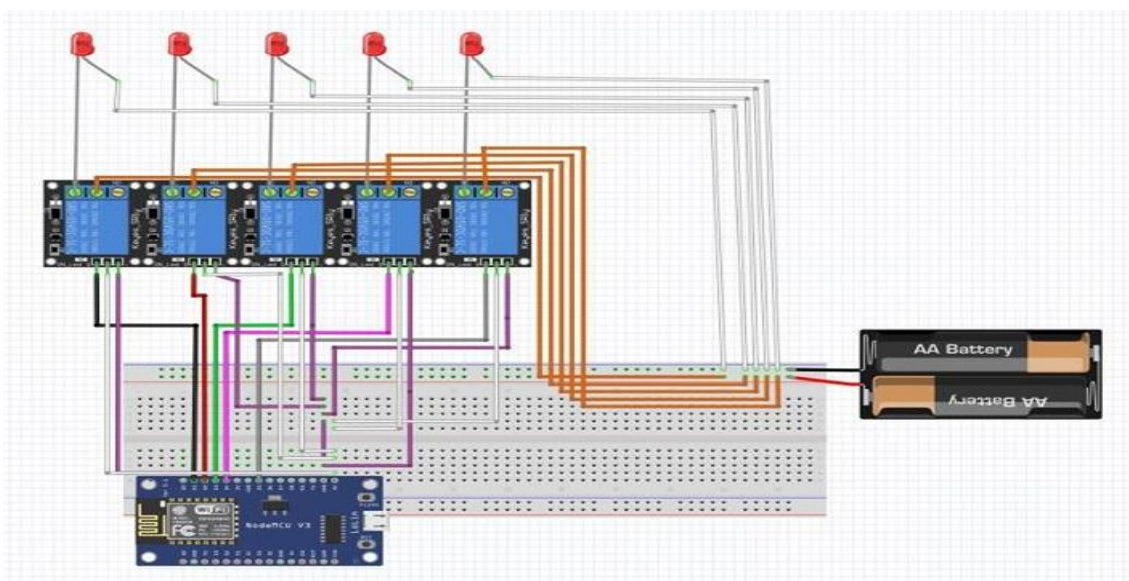
3. วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

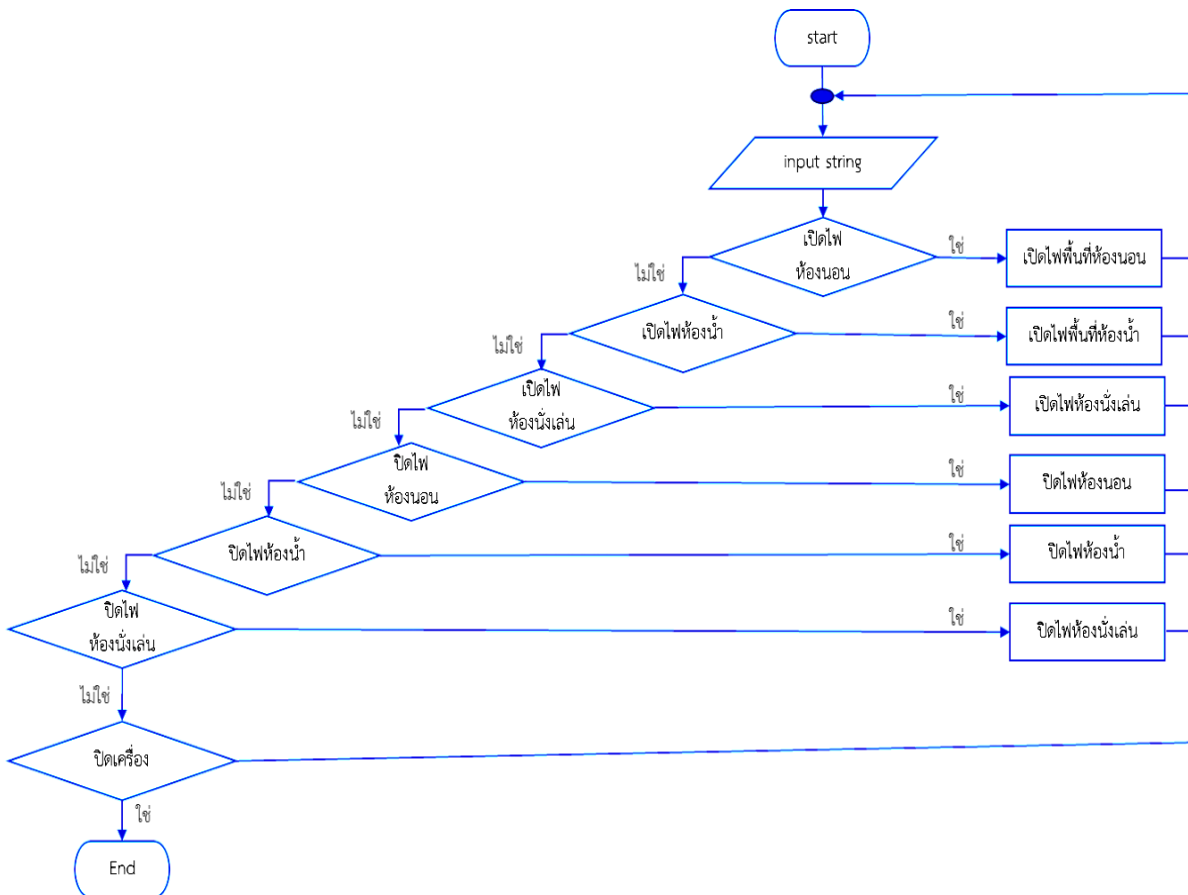
1) ศึกษาปัญหาและความเป็นไปได้ โดยศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ข้อมูลและวิธีการพัฒนาระบบ

2) ออกแบบและพัฒนาระบบ โดยออกแบบโครงสร้างของระบบ ซึ่งประกอบไปด้วยส่วนโมดูล Wi-Fi ที่รับคำสั่งควบคุมส่งไปประมวลผลที่ไมโครคอนโทรลเลอร์เพื่อสั่งการควบคุมหลอดไฟไปยัง Relay ดังแสดงได้ดังภาพที่ 2 จากนั้นจึงกำหนดขั้นตอนการทำงานของโปรแกรมควบคุมดังแสดงได้ดังภาพที่ 3

3) ทำการเชื่อมต่อวงจรระบบ ให้สามารถรับคำสั่งการทำงานผ่านทางเครือข่ายไร้สายมาควบคุมการปิดเปิดหลอดไฟได้



แผนภาพที่ 2 การออกแบบโครงสร้างของระบบ



แผนภาพที่ 3 ผังการทำงานของระบบ

4) ทดสอบระบบและปรับปรุงระบบ

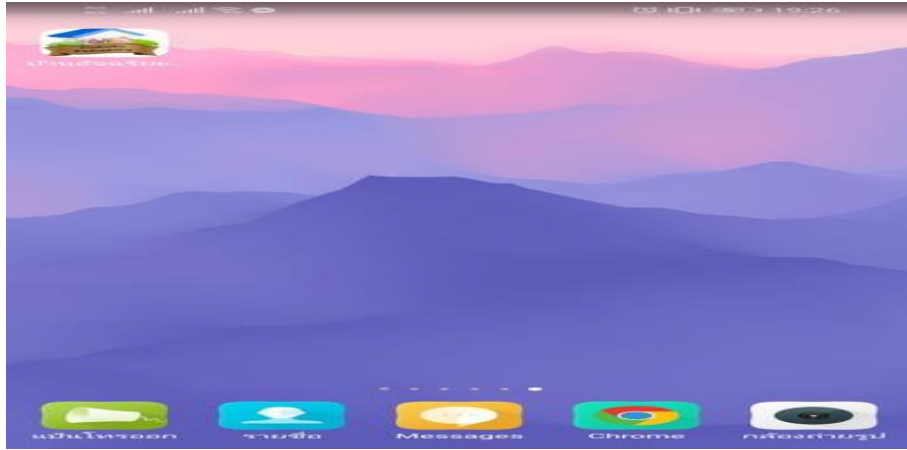
5) ประเมินผลการทดลองและสรุปผลจัดทำเอกสาร โดยมีผู้ประเมินเป็นกลุ่มตัวอย่างของผู้สูงอายุ จำนวน 45 คนที่พักอาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ซึ่งผู้วิจัยได้พบเจอที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลหนองปากโลงจำนวน 30 คน และพบเจอที่สถานออกกำลังกายตำบลหนองปากโลงอีกจำนวน 15 คน

4. ผลการวิจัย

การพัฒนาแอปพลิเคชันการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเสียงเพื่อควบคุมแสงสว่าง ได้ผลพบว่าระบบสามารถควบคุมอุปกรณ์ไฟฟ้าผ่านแอปพลิเคชันบนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 ผลการศึกษาและพัฒนาแอปพลิเคชันระบบสั่งการด้วยเสียง

ในส่วนของงานวิจัยได้พัฒนาขึ้นมา นั้น ได้พัฒนาโปรแกรมที่สามารถใช้งานได้บนระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ เป็นโปรแกรมมีชื่อว่า “บ้านอัจฉริยะสำหรับผู้สูงอายุ” ดังแสดงในแผนภาพที่ 4

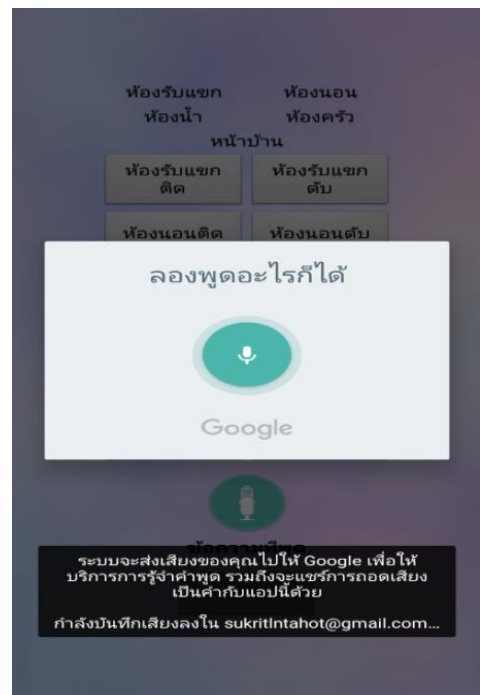


แผนภาพที่ 4 หน้าจอสมาร์ทโฟนที่ได้ติดตั้งแอปพลิเคชันบ้านอัจฉริยะสำหรับผู้สูงอายุ

เมื่อทำการโหลดแอปพลิเคชัน ขึ้นมาใช้งานจะปรากฏหน้าจอหลักของแอปพลิเคชัน ดังแสดงในแผนภาพที่ 5 โดยระบบจะรองรับการป้อนคำสั่งทั้งด้วยการกดปุ่มและด้วยเสียงพูด



แผนภาพที่ 5 หน้าจอรอรับคำสั่งของแอปพลิเคชัน



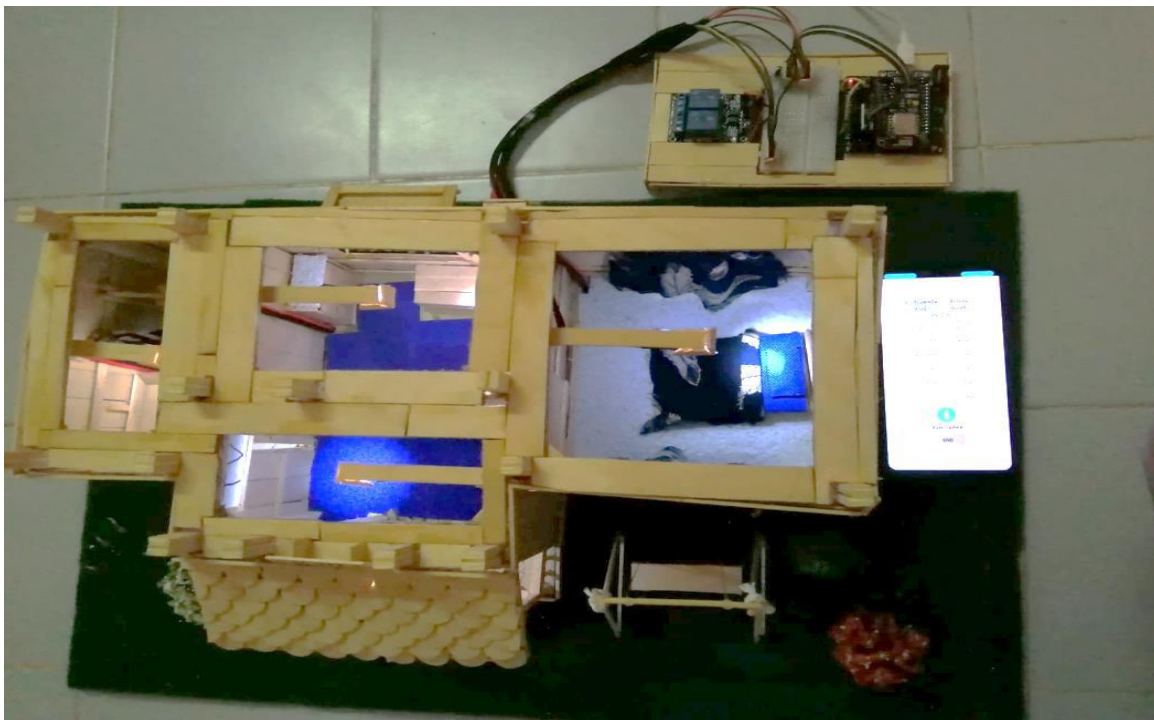
แผนภาพที่ 6 การทดสอบการสั่งการด้วยเสียง

4.2 ผลการศึกษาการอำนวยความสะดวกการใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าภายในที่อยู่อาศัยผ่านระบบการสื่อสารไร้สายให้กับผู้สูงอายุ

ระบบสามารถรองรับการป้อนคำสั่งทั้งด้วยการกดปุ่มและด้วยเสียงพูด ซึ่งในส่วนของรับคำสั่งด้วยเสียงพูดเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุนั้นประกอบไปด้วย

- 1) เมื่อต้องการที่จะเปิดไฟหน้าบ้าน ให้พูดว่า “หน้าบ้านติด”
- 2) เมื่อต้องการที่จะเปิดไฟห้องรับแขก ให้พูดว่า “ห้องรับแขกติด”
- 3) เมื่อต้องการที่จะเปิดไฟห้องครัว ให้พูดว่า “ห้องครัวติด”
- 4) เมื่อต้องการที่จะเปิดไฟห้องนอน ให้พูดว่า “ห้องนอนติด”
- 5) เมื่อต้องการที่จะเปิดไฟห้องน้ำ ให้พูดว่า “ห้องน้ำติด”

การทำการทดสอบการทำงาน โดยทดลองป้อนคำสั่งผ่านแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นการสั่งการเปิดปิดหลอดไฟที่อยู่ในแบบบ้านจำลอง ดังแสดงภาพหน้าจอการป้อนคำสั่งด้วยเสียงในภาพที่ 6 จากนั้นระบบจะส่งคำสั่งการเปิดปิดไฟไปยังระบบใน แบบบ้านจำลอง ในการกำหนดการรับค่าการทำงานของแอปพลิเคชัน จะมีการเชื่อมต่อระหว่างแอปพลิเคชันไปยังแผงวงจรเพื่อสั่งการให้หลอดไฟในแบบบ้านจำลองทำงาน ดังแสดงในแผนภาพที่ 7



แผนภาพที่ 7 การส่งคำสั่งให้เปิดไฟไปยังหลอดไฟในแบบบ้านจำลอง

4.3 การประเมินประสิทธิภาพของระบบและความพึงพอใจของผู้ใช้

ผู้วิจัยได้ให้กลุ่มตัวอย่างทำการทดสอบการทำงานส่งคำสั่งควบคุมระบบด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเสียงเพื่อควบคุมแสงสว่างทำการเปิด-ปิดหลอดไฟ และประเมินผลด้วยการประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจในการการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเสียงเพื่อควบคุมแสงสว่าง โดยแสดงค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าระดับการประเมินของกลุ่มตัวอย่างผู้ทดลองระบบควบคุมจำนวน 45 คน ที่ใช้วิธีการ

เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) โดยผู้วิจัยพยายามเก็บตัวอย่างเท่าที่จะทำได้ตามที่มีอยู่หรือที่ได้รับความร่วมมือ ตัวอย่างที่ได้จึงเป็นกรณีที่เผลอหรือยินดีให้ความร่วมมือหรืออยู่ในสถานที่หรือตกอยู่ในสภาวะดังกล่าว ทั้งนี้ กลุ่มตัวอย่างนี้เป็นผู้สูงอายุที่พักอาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม โดยผู้วิจัยได้ไปพบกลุ่มตัวอย่างผู้ทดลอง ณ สถานที่ในชุมชนที่มักเจอผู้สูงอายุ อันได้แก่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลหนองปากโลงจำนวน 30 คน และสถานออกกำลังกายตำบลหนองปากโลงอีกจำนวน 15 คน ทำการทดสอบระบบและสอบถามจนได้ผลการประเมินประสิทธิภาพของระบบในแต่ละด้าน ซึ่งแสดงด้วยค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานจากการประเมินประสิทธิภาพของระบบและความพึงพอใจการใช้งานระบบ โดยมีผลการประเมินดังต่อไปนี้

4.3.1 การประเมินประสิทธิภาพของระบบ

การประเมินประสิทธิภาพของระบบ ประกอบไปด้วยการประเมินประสิทธิภาพในด้านอุปกรณ์ และตัวโปรแกรมที่ใช้งาน

1) ด้านอุปกรณ์ เป็นการประเมินเพื่อดูว่าอุปกรณ์มีการใช้งานได้สะดวกและมีความชัดเจนเข้าใจง่าย ตรงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ว่ามีความสมบูรณ์มากน้อยเพียงใด โดยผลการประเมินของระบบเป็นไปดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพด้านอุปกรณ์

รายการประเมิน	ประสิทธิภาพ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1.1 การใช้งานได้ง่าย	4.55	0.51	มากที่สุด
1.2 สามารถพกพาได้ง่าย	4.70	0.47	มากที่สุด
1.3 มีความสะดวกสบาย	4.60	0.59	มากที่สุด
1.4 มีความปลอดภัยในการใช้งาน	4.65	0.58	มากที่สุด
1.5 การออกแบบอุปกรณ์มีความเหมาะสม	4.55	0.60	มากที่สุด
ผลสรุปการประเมินด้านอุปกรณ์	4.61	0.36	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพด้านอุปกรณ์ ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.61) ซึ่งแสดงถึงการยอมรับประสิทธิภาพด้านอุปกรณ์อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสามารถพกพาได้ง่าย อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.70) มีความปลอดภัยในการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.65) มีความสะดวกสบาย อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.60) การใช้งานได้ง่าย และมีความปลอดภัยในการใช้งาน อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.55) ตามลำดับจากมากไปหาน้อย

2) ด้านโปรแกรม เป็นการประเมินเพื่อดูว่าโปรแกรมมีประโยชน์อย่างไร และมีความสะดวกสบายต่อการใช้งานหรือไม่ โดยผลการประเมินของระบบเป็นไปดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการประเมินประสิทธิภาพด้านการใช้งานโปรแกรม

รายการประเมิน	ประสิทธิภาพ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
2.1 โปรแกรมเปิด – ปิดไฟผ่านเสียงมีประโยชน์อย่างมาก	4.70	0.47	มากที่สุด
2.2 โปรแกรมมีความเสถียรไม่ซับซ้อนจนเกินไป	4.60	0.50	มากที่สุด
2.3 ความสะดวกใน รวดเร็วในการเข้าถึงโปรแกรม	4.50	0.51	มากที่สุด
2.4 ระบบเครือข่ายครอบคลุมทั่วถึง	4.55	0.51	มากที่สุด
2.5 ความทันสมัยของโปรแกรม	4.60	0.50	มากที่สุด
ผลสรุปการประเมินด้านการใช้งานโปรแกรม	4.59	0.24	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินประสิทธิภาพด้านการใช้งานโปรแกรม ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.59) ซึ่งแสดงถึงการยอมรับประสิทธิภาพด้านการใช้งานโปรแกรมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับโปรแกรมเปิด – ปิดไฟผ่านเสียงมีประโยชน์อย่างมาก อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.70) โปรแกรมมีความเสถียรไม่ซับซ้อนจนเกินไป และความทันสมัยของโปรแกรม อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.60) ระบบเครือข่ายครอบคลุมทั่วถึง อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.55) ความสะดวกใน รวดเร็วในการเข้าถึงโปรแกรม อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.50) ตามลำดับจากมากไปหาน้อย

4.3.2 การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้

การประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ เป็นการประเมินเพื่อดูว่าผู้ที่มีความพึงพอใจที่จะใช้งานหรือไม่ และโปรแกรมมีความครบถ้วน ถูกต้อง สามารถเข้าใจตามความต้องการของผู้พัฒนาระบบตามความต้องการ โดยผลการประเมินของระบบเป็นไปดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ต่อการใช้งานระบบ

รายการประเมิน	ความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
3.1 ได้รับความรู้ความเข้าใจตามความต้องการ	4.65	0.49	มากที่สุด
3.2 มีความพึงพอใจที่จะใช้โปรแกรม เปิด-ปิดไฟผ่านเสียง	4.65	0.59	มากที่สุด
3.3 ความครบถ้วน ถูกต้อง ของการใช้งานโปรแกรม	4.80	0.41	มากที่สุด
3.4 การให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหา	4.70	0.47	มากที่สุด
3.5 ความรวดเร็วในการให้บริการ	4.75	0.44	มากที่สุด
ผลสรุปการประเมินด้านคุณภาพการให้บริการ	4.71	0.25	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 ผลการประเมินประสิทธิภาพด้านคุณภาพการให้บริการ ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.71$) ซึ่งแสดงถึงการยอมรับประสิทธิภาพด้านคุณภาพการให้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความครบถ้วน ถูกต้อง ของการใช้งานโปรแกรม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.80$) ความรวดเร็วในการให้บริการ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.75$) การให้คำแนะนำและแก้ไขปัญหา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.70$) ได้รับความรู้ความเข้าใจตามความต้องการ และมีความพึงพอใจที่จะใช้โปรแกรม เปิด-ปิดไฟผ่านเสียง อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.65$) ตามลำดับจากมากไปหาน้อย

4.3.3 สรุปผลการวิเคราะห์การประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจในภาพรวมทั้งหมด

สรุปผลจากการได้นำระบบที่พัฒนาเสร็จสิ้นแล้วไปทดสอบเพื่อประเมินประสิทธิภาพและความพึงพอใจต่อระบบสามารถสรุปผลการประเมินแต่ละด้านดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 สรุปผลการประเมินระบบในทุกด้าน

ด้านการประเมิน	ผลการประเมิน		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ
4.1 ด้านอุปกรณ์	4.61	0.36	มากที่สุด
4.2 ด้านการใช้งานโปรแกรม	4.59	0.24	มากที่สุด
4.3 ความพึงพอใจในการใช้งานระบบ	4.71	0.25	มากที่สุด
ผลสรุปการประเมินประสิทธิภาพของระบบภาพรวมทั้งหมด	4.64	0.25	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ผลสรุปการประเมินระบบในภาพรวม พบว่าผลการประเมินอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.64$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ประเมินส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเกี่ยวกับผลการประเมินความพึงพอใจในการใช้งานระบบอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.71$) รองลงมาเป็นการประเมินประสิทธิภาพระบบด้านอุปกรณ์ ($\bar{X}=4.61$) ส่วนด้านที่น้อยที่สุดคือการประเมินประสิทธิภาพด้านการใช้งานโปรแกรม ซึ่งก็ยังมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกัน ($\bar{X}=4.59$)

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์ผลประเมินประสิทธิภาพของระบบและความพึงพอใจของผู้ใช้งาน พบว่าระดับการประเมินระบบโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงว่าผู้สูงอายุมีความพึงพอใจ และเห็นว่าระบบควบคุมแสงสว่างผ่านระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ตรงกับความต้องการของตน สอดคล้องกับแนวคิดของ กุลยา ตันติผลาชีวะ (2524) ที่เสนอว่า ความต้องการของผู้สูงอายุที่ต้องการพึ่งพาตนเองและไม่เป็นภาระให้กับผู้อื่น โดยเมื่อพิจารณาแต่ละด้านการประเมิน พบว่าระบบมีผลการประเมินในระดับดีมากในทุกด้าน แต่ในด้านการใช้งานโปรแกรมมีผลการประเมินที่ต่ำกว่าในด้านอื่น โดยเฉพาะในรายการประเมินความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึง

โปรแกรมซึ่งได้ค่าเฉลี่ยการประเมินต่ำกว่าคะแนนเฉลี่ยของประเด็นอื่นๆ จึงเสนอแนะให้พัฒนาแอปพลิเคชันลงใน Play Store หรือ Apple Store ที่เป็นที่ยอมรับสำหรับผู้ใช้ในระบบแอนดรอยด์ และไอโอเอส สอดคล้องกับงานของ เจษฎา ขจรฤทธิ์ ปิยนุช ชัยพรแก้ว และหนึ่งฤทัย เอ็งฉ้วน (2017) ที่เสนอว่าพัฒนาระบบควบคุมอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับบ้านอัจฉริยะผ่านสมาร์ตโฟน ควรเน้นการใช้ แอปพลิเคชัน Android บริการ NETPIE และหน่วยควบคุมไมโครคอนโทรลเลอร์ เพื่อควบคุมแสงสว่างภายในบ้านจากที่ใด ๆ ผ่านระบบสมาร์ตโฟนที่ทำการเชื่อมต่อระบบอินเทอร์เน็ต เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือของแอปพลิเคชันอีกด้วย

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

การพัฒนาระบบควบคุมอุปกรณ์ไฟฟ้าด้วยเสียงโดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีด้านเสียงในการควบคุมแสงสว่าง ให้เป็นตัวเลือกในการอำนวยความสะดวกในใช้งานประจำวันให้กับผู้สูงอายุผ่านระบบปฏิบัติการแอนดรอยด์ มีความจำเป็นเนื่องจาก ภาวะการณ์ปัจจุบันประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมสูงวัย และในปัจจุบัน จำนวนการใช้โทรศัพท์มือถือในระดับแอนดรอยด์มีแนวโน้มสูงขึ้น เนื่องจากค่าใช้จ่ายต่อหน่วยในการใช้โทรศัพท์ดังกล่าวมีราคาถูกลง สวนทางกับเทคโนโลยีที่พัฒนาและสร้างความสะดวกแก่ชีวิตมากยิ่งขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 1.งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนั้นในอนาคตจึงควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ข้อมูลแบบเจาะลึกที่การศึกษาเชิงปริมาณไม่สามารถอธิบายได้
- 2.งานวิจัยดังกล่าวยังมีข้อจำกัดในเรื่องของขนาดกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่สนใจพัฒนาต่อยอด ควรมีการศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีขนาดที่ถูกต้องตามหลักการคำนวณ

เอกสารอ้างอิง

- กุลยา ตันติผลาชีวะ. (2524). **การพยาบาลผู้สูงอายุ**. กรุงเทพมหานคร: เจริญกิจ.
- โกศล วงศสุวรรณ สุธีลา ตูลยะเสถียร และสสิต วงศสุวรรณ. (2544). **ปัญญาสังคม**. กรุงเทพมหานคร: รวมสาสน.
- จินตนา สงคประเสริฐ. (2538). **ผู้สูงอายุ**. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงสาธารณสุข.
- เจษฎา ขจรฤทธิ์ ปิยนุช ชัยพรแก้ว และหนึ่งฤทัย เอ็งฉ้วน.(2017). การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี Internet of Things ในการควบคุมระบบส่องสว่างสำหรับบ้านอัจฉริยะ. **Journal of Information Science and Technology**, 7 (1). 1-11.
- ฉวีวรรณ ดวงตาแสง อิศระ แสนโคก ศุภชัย ฤทธิเจริญวัตถุ และสุภกร หาญสูงเนิน. (2558). ระบบควบคุมการเปิด-ปิดไฟภายในห้องแบบอัตโนมัติ. **นำเสนอในการประชุมสัมมนาเชิงวิชาการรูปแบบพลังงานทดแทนสู่ชุมชนแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 8**. 211-214.

- ธนวิทย์ ทิพย์ธาราไลย. (2553). ระบบควบคุมเครื่องใช้ไฟฟ้าผ่านเทคโนโลยีเว็บ. สารนิพนธ์วิทยาศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร.
- ประธาน เนียมน้อย, จิตติ คงแก้ว และนายจตุรงค์ มะโนป्ली้ม. (2555). ระบบควบคุมไฟฟ้าไร้สายผ่านเว็บ
บราวเซอร์. ปริญญาานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะ
วิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ปรีชา สมสอน ไสวรัตน์ บุญยศ และ ประสิทธิ์ นครราช, (2554). การควบคุมอุปกรณ์ไฟฟ้าผ่านบลูทูธ
โทรศัพท์เคลื่อนที่. นำเสนอในการประชุมวิชาการ มอบ. วิจัย, ครั้งที่ 5. 164-173.
- พิมพ์สิทธ์ บัวแก้ว และ รติพร ถึงฝั่ง. (2559). การดูแลสุขภาพและภาวะสุขภาพของผู้สูงอายุไทย. วารสาร
สมาคมนักวิจัย. 21(2). 95-97.
- รติมา คชนันท์. (2561). สังคมผู้สูงอายุกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักวิชาการ
สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สมชาย บदनอก ชุตติมา รักสกุล และ สิริณญา ศรีแทนแก้ว. (2553). ระบบเปิด-ปิดไฟด้วย SMS. ปริญญา
นิพนธ์วิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิศวกรรมโทรคมนาคม สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สามารถ ยืนยงพานิช. (2557). ระบบควบคุมการเปิด-ปิดไฟ ผ่านเว็บเบราว์เซอร์. นำเสนอในการประชุม
วิชาการระดับชาติ นเรศวรวิจัย ครั้งที่ 12: วิจัยและนวัตกรรมกับการพัฒนาประเทศ. 197-203.
- อนุพงษ์ แก้วเขียว และเสาวลักษณ์ วรรณานา. (2559). ระบบควบคุมไฟฟ้าในห้องพักด้วยบอร์ดรีเลย์แบบ
เครือข่ายไร้สายโดยใช้ซิกบี. วารสารวิชาการ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยสวนดุสิต. 12(3). 183-
193.
- อรรธรณ คำไซร์ และทิพวิมล ชมภูคำ.(2559). การพัฒนาระบบควบคุมการเปิด-ปิดไฟฟ้าด้วยเซ็นเซอร์.
นำเสนอในการประชุมวิชาการระดับชาติ การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม ครั้งที่ 2. 16-21.
- Ruiz-García,G and Flores-Arias. J.M. . (2017). Home Lighting Controller Based on BLE. 2017 IEEE
International Conference on Consumer Electronics.
- Kumar,P. and Pati,U.C. (2016). Arduino and Raspberry Pi based Smart Communication and
Control of Home Appliance System. 2016 International Conference on Green
Engineering and Technologies.

กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีน
ในย่านเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร
Marketing Strategies Effecting To Product Buying Behavior Of Chinese Tourists
In Chinatown, Samphanthawong, Bangkok

จิรศักดิ์ จิยะจันทน์*
(Chirasak Chiyachantana)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในย่านเยาวราช 2) เพื่อเปรียบเทียบ พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนในย่านเยาวราช โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนในย่านเยาวราช ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์แบบพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า

1. กลยุทธ์ทางการตลาดภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean=4.09,S.D.=0.25) โดยให้ความสำคัญด้านการนำเสนอลักษณะทางด้านกายภาพเป็นลำดับสูงสุด และการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าส่วนใหญ่เคยมาเที่ยว 2 ครั้ง มีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลิน มีแฟน/คู่รักร่วมเดินทาง มีการรับรู้แหล่งข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ต และมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 2,001-5,000 บาท ตามลำดับ

2. การเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนในย่านเยาวราช จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้น อาชีพที่พบความแตกต่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ผลการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่าปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (b=0.191) ด้านการส่งเสริมการตลาด (b=0.142) ด้านกระบวนการให้บริการ (b=0.117) และ ด้านลักษณะทางกายภาพ (b=0.130) โดยสมการดังกล่าวมีค่าอำนาจความแม่นยำในการพยากรณ์เท่ากับ ร้อยละ 11 และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y = 3.460^{**} + 0.191 X_1^* + 0.072 X_2 + 0.091 X_3 + 0.142 X_4^{**} + 0.012 X_5 + 0.117 X_6^{**} + 0.130 X_7^{**}$$

4. ข้อเสนอแนะในครั้งนี้อย่างน้อยต้องมีการพัฒนามาตรฐานสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานระดับสากล พร้อมทั้งการสนับสนุนการสื่อสารด้วยภาษาจีนพื้นฐานซึ่งจะเกิดประโยชน์อย่างมากเมื่อมีปัญหาหรือข้อสงสัยก็จะสามารถให้ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวจีนต้องการได้ต่อไป

คำสำคัญ : กลยุทธ์ทางการตลาด พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า นักท่องเที่ยวชาวจีน.

*อาจารย์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น 12105

Lecturer, Master of Business Administration Western University 12150

Corresponding author: president@western.ac.th

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) to study Chinese tourists' opinion towards marketing strategies effecting to product buying behavior in Chinatown area, 2) to compare buying behavior of Chinese tourists in Chinatown area which classified by personal factor, and 3) to study marketing strategies effecting to product buying behavior of Chinese tourists in Chinatown area. Questionnaires were used to collect data from 400 samples and using multi-stage sampling method. The statistical analysis included percentage, mean, Standard Deviation, Independent t-test, One Way ANOVA, Pearson's Product Moment Correlation Analysis and Stepwise multiple analysis.

The finding showed that:

1.The overall of marketing strategies were in high (Mean =4.09,S.D.=0.25) by focus of the presentation was the highest physical appearance. The study of decision making to buy products showed the most of them have been visited 2 times for the purpose of enjoyment, have a partner / lover traveling, the recognition of information from the internet and the cost per time was 2,001-5,000 Baht respectively.

2. The overall of decision behavior were not difference, except career at statistically significant level of .05.

3. The study result of marketing strategies effecting to product buying behavior of Chinese tourists found that the most important factor was product (b = 0.191) marketing promotion (b= 0.142), service process (b= 0.17) and physical characteristics (b= 0.130). The equation has 11 percentage predictive power and can write the equation as follow:

$$Y = 3.460^{**} + 0.191 X_1^* + 0.072 X_2 + 0.091 X_3 + 0.142 X_4^{**} + 0.012 X_5 + 0.117 X_6^{**} + 0.130 X_7^{**}$$

4. The suggestion of this research should develop products standard and tourism services for international standard as well as support for basic Chinese communication, which will be very useful and can provide information to Chinese tourists when there are problems or questions.

Keywords : marketing strategies, product buying behavior, Chinese tourists

Article history:

Received 20 December 2019

Revised 1 March 2020

Accepted 5 March 2020

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมในภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาและสร้าง เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องมากมาย เช่น ธุรกิจ โรงแรมและที่พักภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก และการคมนาคมขนส่ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงานและสร้างรายได้ให้กับคนในชาติ กระจาย รายได้ลงสู่ท้องถิ่น ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2561 - 2565) ซึ่งถือเป็นทิศทางและแผนหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศใน ระยะ 5 ปี เพื่อมุ่งให้ประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในด้านการแข่งขันด้าน การท่องเที่ยวในระดับโลก ให้ตอบสนองกับเจตนารมณ์ตามหลักการและวิสัยทัศน์ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ชาติอย่างเป็น รูปธรรมและสอดคล้องกัน กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย เป็นศูนย์กลางการปกครอง เศรษฐกิจ การศึกษา วัฒนธรรม รวมทั้งระบบการขนส่งที่ดี เหตุผลหลักที่เหล่านักท่องเที่ยวต่างพากันเลือกกรุงเทพฯ เป็นสถานที่แรกก็คือ มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย และเหตุผลอีกประการ ที่ถือเป็นเสน่ห์ของเมืองไทยก็คือ ความเป็นกันเองของคนไทยรวมถึงวัฒนธรรมอันดีงาม คนไทยเป็นคนมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ รู้จักให้เกียรติซึ่งกันและกัน โดยกรุงเทพมหานครได้รับรางวัลเมืองน่าเที่ยวติดอันดับต้นๆ มาตลอดระยะเวลา 5 ปี ถึงแม้จะมีเหตุการณ์ ความไม่สงบแต่ภาคการท่องเที่ยวก็สามารถฟื้นตัวกลับมาได้เร็วกว่าอุตสาหกรรมอื่น โดยในยุคปัจจุบันนักท่องเที่ยวจีนกำลังเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดของตลาดโลกเนื่องจาก การเติบโตทางเศรษฐกิจของจีนที่ทำให้ผู้คนในประเทศมีอำนาจการใช้จ่ายมากขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาประเทศไทยแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ เที่ยวแบบอิสระและเที่ยวแบบทัวร์ ซึ่งส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวชาวจีนยังชอบแชร์ข้อมูลต่างๆ ลงอินเทอร์เน็ต โดยเป็นไปตามยุคสมัยโซเชียลมีเดีย โดยชอบแชร์ข้อมูลประสบการณ์การท่องเที่ยวลงในเว็บไซต์ อาทิ สถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลที่พัก วิธีการเดินทาง ค่าใช้จ่าย หรือร้านอาหารต่างๆ เป็นต้น

เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร ถือเป็นแหล่งรวมของสินค้าจำนวนมาก ส่วนใหญ่เป็นสินค้า กิฟช็อป ตุ๊กตา ของเล่น เครื่องเขียน เครื่องประดับ กีบตีตม กระจเป่า รองเท้า อุปกรณ์ของใช้ในบ้าน ดอกไม้ ปลอม อาหารแห้ง ปัจจุบันดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นจำนวนมากในแต่ละปี เนื่องด้วยเอกลักษณ์ชุมชนที่มีความโดดเด่นเป็น เอกลักษณ์ทางด้านกายภาพ เช่น ลักษณะอาคารและสิ่งปลูกสร้าง อาชีววัดไตรมิตรวิทยาราม ศาลเจ้าเล้งบัวเอี้ยะ เป็นต้น และมีเอกลักษณ์จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ได้แก่ กิจกรรมทางการค้า รูปแบบการค้า ตามประวัติความเป็นมาและกิจกรรมของย่าน พร้อมทั้งเอกลักษณ์ทางสังคมวัฒนธรรม ได้แก่วิถีชีวิต ชาวจีน ประเพณีและวัฒนธรรม และงานเทศกาลต่างๆ (สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร, 2561)

ดังนั้นจากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาวิจัย เรื่อง “กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีน ในย่านเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร” เพื่อที่จะได้นำมากำหนดเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ และการวางแผนการตลาดให้มีความเหมาะสม ซึ่งจะส่งผลประสบความสำเร็จและเสนอให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินปรับปรุงแก้ไขต่อไปได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ในครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อเป็นแนวทางของการศึกษาได้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในย่านเยาวราช
2. เพื่อเปรียบเทียบ พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนในย่านเยาวราช โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนในย่านเยาวราช

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษางานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งจะแบ่งสาระของการทบทวนวรรณกรรมได้ดังนี้

2.1. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (2560-2564)

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564) ได้มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ตามนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งด้านคุณภาพ แหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนา ทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน และการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคตบนพื้นฐานของการลงทุนพัฒนา เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนต่อไป (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560).

2.2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชน

การพัฒนาการท่องเที่ยวตามที่กล่าวข้างต้น สิ่งสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาคือทรัพยากรที่นำมาสู่การท่องเที่ยวซึ่งแต่ละท้องถิ่นก็จะมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยในเรื่องทรัพยากรการท่องเที่ยว

พรสวรรค์ มโนพัฒนา (2553: 58) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรม ประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

นิศา ชัชกุล (2557: 260) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวคือสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มีคุณค่ามนุษย์สร้างขึ้น ที่หมายถึง ชีวิตและวัฒนธรรมของผู้คนในชุมชนนั้น ๆ รวมถึงวัฒนธรรม เทศกาล งานประเพณีสิ่งต่าง ๆ

เมื่อกล่าวถึงแนวทางความร่วมมือ บุคคลทั่วไปมีความเข้าใจร่วมกันว่าเป็นแนวทางของการปฏิบัติงาน ร่วมกันระหว่างบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป คือ Cooperation, Coordination และ Collaboration มักมีการใช้ปะปนกันทั้งสามนี้มีความหมายที่แตกต่างกันและมีระดับของความร่วมมือที่แตกต่างกัน (วรสุดา สุขารมณ, 2552: 22-26)

Vangen and Huxham (2010) เสนอว่าความร่วมมือเกิดจากการสนับสนุนขององค์การให้เกิดการเข้าถึงจุดมุ่งหมายที่ตั้งเอาไว้ โดยการตัดสินใจเข้าร่วมมีอนั้นเกิดจากผู้นำขององค์การนั้น ๆ เป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐและองค์การที่ไม่แสวงหากำไร หรือภาครัฐและภาคเอกชนด้วยและเมื่อเกิดความร่วมมือระหว่างองค์การขึ้น

Agranoff and McGuire (2006: 4) เสนอว่า การสร้างความร่วมมือ (Collaboration) ถือเป็นการเข้ามาจับบทบาทของผู้เล่นที่หลากหลาย ในช่วงระยะเวลาที่ต่างกันภายใต้บริบทของการสร้างความร่วมมือ

Osborne (2010) การสร้างความร่วมมือ ต้องมีการสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน ตลอดจนร่วมกันหาข้อตกลง มากกว่าเป็นแค่การดำเนินการตัดสินใจเพียงอย่างเดียว ซึ่งการพยายามหาข้อตกลงร่วมกันนั้นควรอยู่บนฐานของการพยายามที่จะสร้างสมานฉันท์ให้เกิดขึ้น เพื่ออธิบายถึงความร่วมมือที่เกิดขึ้นระหว่างองค์การในแต่ละรูปแบบ

2.3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารเชิงกลยุทธ์

Katsioloudes (2006: 13) ให้ความหมายกลยุทธ์ว่า เป็นวิธีการที่จะบรรลุความสำเร็จหรือแผนปฏิบัติการในการบริหารโครงการ โดยเป็นการจับคู่ความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถภายในขององค์การกับสภาพแวดล้อมภายนอกองค์การ

Mondy (2008: 60) อธิบายการวางแผนกลยุทธ์ว่าเป็นกระบวนการที่ผู้บริหารระดับสูงกำหนดเป้าประสงค์ และวัตถุประสงค์ภาพรวมขององค์การและวิธีการที่จะบรรลุผลสำเร็จ โดยแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ 1) การกำหนดพันธกิจขององค์การ 2) การประเมินสภาพแวดล้อม 3) การกำหนดวัตถุประสงค์เฉพาะเจาะจงหรือกำหนดทิศทางขององค์การ และ 4) การกำหนดกลยุทธ์เพื่อบรรลุตามวัตถุประสงค์

David (2007: 36) ให้ความหมายการกำหนดกลยุทธ์ การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ และการประเมินกลยุทธ์เกี่ยวกับความสามารถเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การโดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ 1) การกำหนดกลยุทธ์ (strategy formulation) 2) การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (strategy implementation) 3) การประเมินและควบคุมกลยุทธ์ (evaluation and control)

2.4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

Lovelock (2002 อ้างถึงใน จารุวรรณ มีศิริ, 2553) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ที่จะทำให้อะไรต่าง ๆ ดำเนินไปอย่างเนินไปอย่างมีทิศทาง

Kotler (1997) ได้นิยามความหมายของส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ไว้ว่าเป็นเครื่องมือที่ใช้ทางการตลาดสามารถควบคุมได้ จะมีเพียง 4 ตัวแปรที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีการวิเคราะห์เพิ่มขึ้นมาอีก 3 ตัวแปรได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะ ภายนอก (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับ แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการตลาดสมัยใหม่แบบ 7Ps หรือ 7P's (Marketing Mix)

2.5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Schiffman and Kanuk (1994 อ้างถึงใน วาสนา อินทแสง, 2559: 9) กล่าวว่า พฤติกรรม ผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การที่ผู้บริโภคได้ทำการแสดงออกด้วยการค้นหาการซื้อ การใช้การประเมินผล ภายใต้พฤติกรรมที่ตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวกับการซื้อและการใช้สินค้าหรือบริการจากทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด อาทิเช่น เงิน เวลา สิ่งของอื่นๆ เพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่าง ๆ

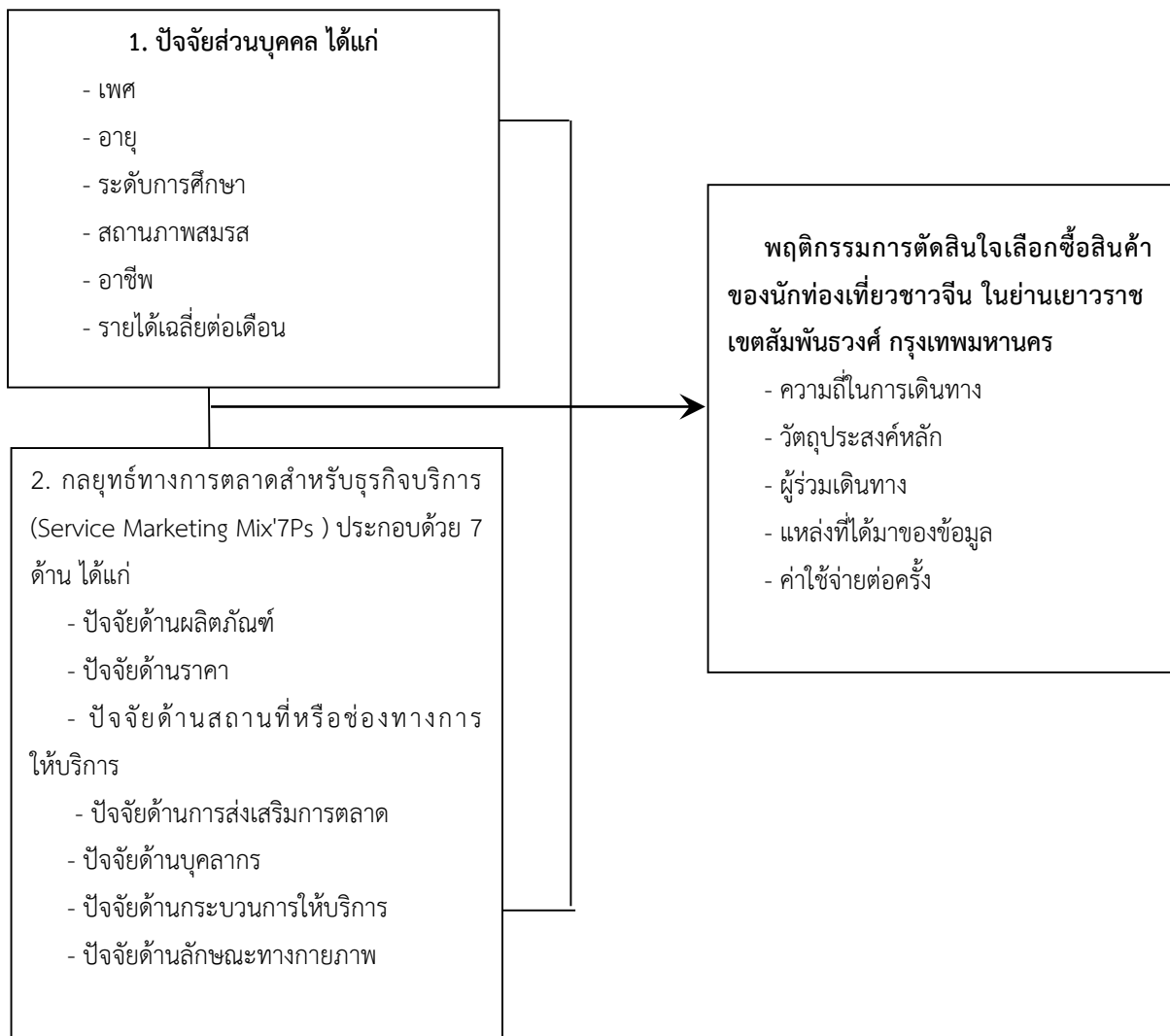
ซูชัย สมิทธิไกร (2561) ได้อธิบายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งให้ได้มาและการใช้ซึ่งสินค้าและบริการในลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภคซื้อสินค้านั้น

2.6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และและ สมชาย หิรัญกิตติ (2550) กล่าวว่าลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้อาชีพ การศึกษา ซึ่งเกณฑ์เหล่านี้เป็นที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด และช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย รวมทั้งง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรอื่นๆ

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยมาทำเป็นกรอบแนวคิดและสามารถสรุปแนวความคิด เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัยซึ่งแสดงกรอบแนวคิด จะแสดงในแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวจีนในย่านเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร จำนวน 71,998 คน (สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร, 2561)

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยการใช้สูตรของ (Krejcie and Morgan, 1970 อ้างถึงในธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) ยอมรับความคาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างได้ 5% ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จากการคำนวณผู้วิจัยได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 384 ตัวอย่าง โดยผู้วิจัยเพิ่มกลุ่มตัวอย่างใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมเอกสาร ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำเครื่องมือไปทดลองใช้

(Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวจีนในย่านสำเพ็ง จำนวน 30 ชุด แล้วนำผลการทดลองมาใช้คำนวณเพื่อหาค่าความเที่ยง (Reliability) ด้วยวิธีการหาค่าครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) เท่ากับ 0.96

การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยเก็บข้อมูล เข้าพบกลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้นแนะนำตัว ชี้แจง วัตถุประสงค์และขออนุญาตในการให้ตอบแบบสอบถามพร้อมทั้งชี้แจงการพิทักษ์สิทธิ หลังจากนั้นให้กลุ่มตัวอย่าง และรวบรวมแบบสอบถามคืนทันที ผู้วิจัยและผู้ช่วยเก็บข้อมูลตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องของแบบสอบถามก่อนนำไป วิเคราะห์ จำนวน 400 ฉบับ แล้วนำข้อมูลที่ได้มาคิดคะแนนและวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติเพื่อการวิจัยต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ (1) สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ(2) สถิติเชิงอ้างอิงเพื่อทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ เพื่อทดสอบสมมติฐาน การเปรียบเทียบความแตกต่าง ด้วยการทดสอบค่าที และการวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์แบบพหุคูณ

4. ผลการวิจัย

4.1) ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีนในย่านเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่เพศชาย ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/เจ้าของธุรกิจ/ธุรกิจ ส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 35,001-45,000 บาท

4.2) ระดับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนในย่านเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร พบว่า ส่วนใหญ่เคยมาเที่ยว 2 ครั้ง จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 50 มีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลิน จำนวน 180 คิดเป็นร้อยละ 50 มีแฟน/คู่รักร่วมเดินทาง จำนวน 180 คิดเป็นร้อยละ 40 มีการรับรู้แหล่งข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 300 75.0 และมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 2,001-5,000 บาท จำนวน 250 คิดเป็นร้อยละ 55 ตามลำดับ

4.3) กลยุทธ์ปัจจัยทางการตลาดในย่านเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร สรุปว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean=4.09,S.D.=0.25) เมื่อจำแนกเป็นรายปัจจัยพบว่า ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมากเรียงตามลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านการนำเสนอลักษณะทางด้านกายภาพ(Mean =4.17, S.D.=.0.46) รองลงมา ด้านกระบวนการให้บริการ (Mean =4.12,S.D.=.0.48) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Mean =4.11,SD=.0.54) ด้านบุคลากร (Mean =4.10,S.D.=.0.32) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Mean = 4.07 S.D=.0.56) ด้านผลิตภัณฑ์ (Mean =4.05,S.D.=.0.42) และด้านราคา (Mean =4.01, S.D.=.0.53) ตามลำดับ

4.4) การเปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนในย่านเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้น อาชีพในเรื่องผู้ร่วมเดินทาง แหล่งที่ได้มาของข้อมูล และค่าใช้จ่ายต่อครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนำเสนอได้ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนในย่านเยาวราช โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีน	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	สถานภาพสมรส	อาชีพ	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
1. ความถี่ในการเดินทาง	.125	.245	.243	.275	.277	.087
2. วัตถุประสงค์หลัก	.098	.618	.178	.250	.159	.069
3. ผู้ร่วมเดินทาง	.402	.130	.610	.170	.010*	.150
4. แหล่งที่ได้มาของข้อมูล	.680	.740	.340	.531	.030*	.121
5. ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง	.353	.353	.514	.109	.012*	.302

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.5) ผลการวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนในย่านเยาวราช ด้วยการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุ โดยใช้ตัวแปรตามได้แก่ความถี่ในการเดินทางผลการวิจัยดังนำเสนอในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนในย่านเยาวราช

ตัวแปรอิสระ	B	Beta	SE.	t	Sig.
ค่าคงที่	3.460			22.132	0.001**
1. ด้านผลิตภัณฑ์ X ₁	0.191	0.221	0.610	2.872	0.027*
2. ด้านราคา X ₂	0.072	0.134	2.570	1.570	0.227
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย X ₃	0.091	0.092	2.132	1.631	0.126
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด X ₄	0.142	0.110	1.412	3.124	0.001**
5. ด้านบุคลากร X ₅	0.012	0.013	1.320	0.135	0.412
6. ด้านกระบวนการให้บริการ X ₆	0.117	0.130	0.124	3.221	0.001**
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ X ₇	0.130	0.140	0.040	3.311	0.001**

(R² = 0.110, R²_{Adjusted} = 0.072, S_r² = 3.86, F = 14.204, p < 0.001)

ผลการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่าปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (b=0.191) ด้านการส่งเสริมการตลาด (b=0.142) ด้านกระบวนการให้บริการ (b=0.117) และ ด้านลักษณะทางกายภาพ (b=0.130) โดยสมการดังกล่าวมีค่าอำนาจความแม่นยำในการพยากรณ์เท่ากับ ร้อยละ 11 และสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$Y = 3.460^{**} + 0.191 X_1^* + 0.072 X_2 + 0.091 X_3 + 0.142 X_4^{**} + 0.012 X_5 + 0.117 X_6^{**} + 0.130 X_7^{**}$$

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1. สรุปและอภิปรายผล

1. ความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อกลยุทธ์ทางการตลาดในย่านเยาวราชภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญด้านการนำเสนอลักษณะทางด้านกายภาพเป็นลำดับสูงสุด ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าในย่านเยาวราช ในเรื่องของการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าส่วนใหญ่เคยมาเที่ยว 2 ครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลิน มีการเดินทางมากับมีแฟน/คู่รักร่วมเดินทาง มีการรับรู้แหล่งข้อมูลมาจากอินเทอร์เน็ต และมีค่าใช้จ่ายต่อครั้ง 2,001-5,000 บาท สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ แสงเดือน รติธรรม (2555) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อ นักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจเลือก มาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า พฤติกรรมการ ท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยผลักดันในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทยคือ การมีประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทยแล้วอย่างน้อย 1 ครั้ง มีวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวทุก อย่างด้วยตนเองหรือเดินทางกับบริษัททัวร์ โดยมีเพื่อนหรือญาติเป็นผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มีค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวประมาณ 5,991-11970 หยวน ได้ทำการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยว ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และมีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนวันหยุด โดยต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ในภาคตะวันออกและภาคใต้เมื่อมาเยือนประเทศไทย

2. พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ยกเว้น อาชีพ พบความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการวิจัยบางส่วน สอดคล้องกับการศึกษาของ น้ำฝน จันทน์นวล (2556) ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า เมื่อเปรียบเทียบระหว่างรายได้ ค่าใช้จ่าย อายุ อาชีพ แหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

3. กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนในย่านเยาวราช พบว่า ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดคือ ผลิภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ และด้านลักษณะทางกายภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชิว หลี (2556) ที่ศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของ นักท่องเที่ยวชาวจีนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลจะประกอบไปด้วย ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด และ ผลิภัณฑ์

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. ควรพัฒนาศักยภาพบุคคลในชุมชนเพื่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบมุ่งก่อให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์ พร้อมทั้งการเสริมสร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อพัฒนาการค้า การลงทุนและมาตรฐานสินค้าบริการท่องเที่ยว

2. การรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นเจ้าบ้านที่ดีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว มุ่งไปสู่ความเป็นเมืองท่องเที่ยวชั้นนำ เช่น เผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว การสนับสนุนข่าวสารการท่องเที่ยว

3. ร้านขายสินค้าควรเพิ่มการบริการที่หลากหลายให้กับลูกค้า พร้อมทั้งนำกลยุทธ์การตลาด เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดี หรือควรสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรอันดีต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

4. ควรมีการพัฒนาความรู้ ความสามารถของพนักงานขายอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ทันต่อยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ พร้อมทั้งการปรับปรุงการบริการด้วยความรวดเร็ว แม่นยำและเสร็จตามเวลาที่กำหนด เพื่อป้องกันความผิดพลาดในเลือกซื้อสินค้า

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาข้อมูลทั้งจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ว่าผลการศึกษา มีความแตกต่างกันหรือไม่ เพื่อที่จะยืนยันการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีน พร้อมทั้งควรศึกษาในพื้นที่จังหวัดที่ใกล้เคียงกัน โดยนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ว่าผลการศึกษา มีความแตกต่างกันหรือไม่ เพื่อที่จะยืนยันว่าปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีน

2. ควรมีการศึกษาวิจัยทั้งในส่วนของคุณภาพเพิ่มเติม เพื่อการค้นพบที่น่าสนใจ นอกเหนือจากการศึกษาวิจัยในการครั้งนี้ พร้อมทั้งมีบางปัจจัยที่น่าจะนำมาศึกษาต่อยอดเพื่อศึกษาถึงกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนในย่านเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร อาทิเช่น ความต้องการพฤติกรรมการท่องเที่ยว และพฤติกรรมเปิดรับสื่อประเภทสื่อสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ และแนวโน้มของนักท่องเที่ยวจีน พร้อมทั้งสภาพแวดล้อมในด้านอื่นๆ ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย พ.ศ. 2560-2564.. กรุงเทพมหานคร: พีดับบลิว ปรีนติ้ง.

จาวรธรรม มีศิริ. (2553). ส่วนประสมทางการตลาดและรูปแบบการใช้ชีวิตต่อความตั้งใจซื้อจานดาวเทียม DTV ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. การศึกษาเฉพาะบุคคล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชูชัย สมितिไกร. (2561). พฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือจุฬามหาวิทยาลัย.

ชีว หลี. (2556). ปัจจัยการสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของนักท่องเที่ยวชาวจีนในเขต กรุงเทพมหานคร. การศึกษาเฉพาะบุคคล. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ธีระวุฒิ เอกะกุล. (2543). ระเบียบวิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี : สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

นิตา ชัชกุล. (2557). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- น้ำฝน จันทรรนวล. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวเมืองไทย. *JOURNAL OF SOUTHERN TECHNOLOGY*. 6(2), 53-60.
- พรสวรรค์ มโนพัฒนา. (2553). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเบื้องต้น**. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วาสนา อินทแสง. (2559). **พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจคลินิกเสริมความงามที่ส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า**. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรสุดา สุขารมณ. (2552). **ความร่วมมือระหว่างองค์การในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และและ สมชาย หิรัญกิตติ. (2550). **การจัดการและพฤติกรรมองค์การ**. กรุงเทพมหานคร : ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- สำนักงานเขตสัมพันธวงศ์ กรุงเทพมหานคร.(2561). **ข้อมูล เขตสัมพันธวงศ์**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2561, จาก <http://www.bangkok.go.th/samphanthawong>
- แสงเดือน รตินธร (2555). ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจ มาท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย*, 18 (1).84-104.
- Agranoff, R. (2006). Inside collaborative network: Ten lessons for public managers. *Public Administration Review*. 61(63), 57-59
- David F.R. (2007) .**Strategic Management. Concepts & cases**. (3rd ed.) New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Katsioloudes, M. I. (2006) . *Strategic Management : Global Cultural Perspectives for Profit and Non-Profit Organizations*(2th ed.) . Butterworth-Heinemann.
- Kotler, P. (1997). **Marketing Management Analysis, Planning, Implementation, and Control**. (9th ed.). Prentice Hall, Upper Saddle River.
- Mondy, R. W. (2008). **Human Resource Management**. (10th ed.) Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Osborne, S.P. (2010). **The new public governance: Emerging perspectives on the theory and practice of public governance**. New York : Rout ledge.
- Vangen, S., and Huxham, G. (2010).**Managing to collaborate**. New York : Routledge.

ผลการทำบัญชีครัวเรือนที่มีต่อรายจ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนต้นแบบโครงการ
บูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชน
ในเขตชนบท

The Effects of Household Accounting on Expenses Base on The Sufficiency
Economy Philosophy The Integrated Project for The Solving Poverty Problem
in Rural Areas

จันทนา วัฒนกาญจนะ¹ และคณะ²
(Chantana Watanakanjana et al.)

- ¹อาจารย์ประจำสาขาวิชาการเงินและการธนาคาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000
Dr., Lecturer Faculty of Management Science (Finance and Banking). Nakhon Pathom Rajabhat University 73000
- ²ดร.ภัทรภร ปุยสุวรรณ สาขาวิชาธุรกิจศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000
Dr., Lecturer Faculty of Management Science (Business Education). Nakhon Pathom Rajabhat University 73000
- อาจารย์ปิยะดา คัมภีรานนท์ สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000
Lecturer Faculty of Management Science (Finance and Banking). Nakhon Pathom Rajabhat University 73000
- อาจารย์ธนาธิป พัวพรพงษ์ สาขาวิชาการเงินและการธนาคาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000
Lecturer Faculty of Management Science (Finance and Banking). Nakhon Pathom Rajabhat University 73000
- อาจารย์สมใจ เกาต์วง สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000
Lecturer Faculty of Management Science (Accounting). Nakhon Pathom Rajabhat University 73000
- ดร.ปาริชาติ ขำเรือง สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000
Dr., Lecturer Faculty of Management Science (Accounting). Nakhon Pathom Rajabhat University 73000
- อาจารย์ทรงศักดิ์ บุญสุวรรณ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000
Lecturer Faculty of Management Science (Accounting). Nakhon Pathom Rajabhat University 73000
- อาจารย์พิมพ์นารา พิบูลจิระกานต์ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000
Lecturer Faculty of Management Science (Accounting). Nakhon Pathom Rajabhat University 73000
- อาจารย์ไพโรจน์ ร่มบารมี สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000
Lecturer Faculty of Management Science (Accounting). Nakhon Pathom Rajabhat University 73000
- อาจารย์บุษบงค์ สุวรรณะ สาขาวิชาการบัญชี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000
Lecturer Faculty of Management Science (Accounting). Nakhon Pathom Rajabhat University 73000
- อาจารย์กิตติพงษ์ ภูพัฒน์วิบูลย์ สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000
Lecturer Faculty of Management Science (Business Computer). Nakhon Pathom Rajabhat University 73000
- ดร.พงศ์สฎา เฉลิมกลิ่น สาขาวิชาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม 73000
Dr., Lecturer Faculty of Management Science (General Management). Nakhon Pathom Rajabhat University 73000
- ดร.ณรินทร์ ชำนาญดู ผู้อำนวยการโรงเรียนกาญจนาอนุเคราะห์
Dr., Director Kanchananukroh School 71000

Corresponding author: pattaraporn@webmail.npru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชีครัวเรือนของคนในชุมชนต้นแบบของโครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์ ก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการ 2) ศึกษาทัศนคติ เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีครัวเรือน ที่มีต่อรายจ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนต้นแบบโครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนในเขตชนบท และ 3) ศึกษาผลของการยอมรับปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีครัวเรือน ที่มีต่อรายจ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนต้นแบบโครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนในเขตชนบท

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการฯ จำนวน 74 ครัวเรือน ผู้ให้ข้อมูลคือ หัวหน้าครัวเรือน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม แบบสังเกต สมุดลงบันทึกบัญชีรายรับรายจ่ายแบบประเมินสมุดบันทึกบัญชีครัวเรือน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และการทดสอบค่าที

ผลการวิจัยพบว่า

1) ผลการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชีครัวเรือนของคนในชุมชนต้นแบบ ของโครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์ พบว่าด้านความรู้ความเข้าใจของคนในชุมชนต้นแบบ มีคะแนนเฉลี่ยหลังการทดสอบสูงกว่าก่อนการทดสอบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2) ทัศนคติ เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีครัวเรือน พบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.55 ในเรื่องชุมชนของท่านมีการส่งเสริมให้ได้รับการฝึกอบรมการจัดทำบัญชีครัวเรือน รองลงมาคือ ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องการจัดทำบัญชีครัวเรือน เข้ามามีส่วนร่วมในการฝึกอบรม/ให้ความรู้เรื่องการจัดทำบัญชีครัวเรือนในชุมชน ส่วนทัศนคติที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 2.40 ขั้นตอนในการจัดทำบัญชีครัวเรือนมีความยุ่งยาก

3) ผลของการยอมรับปฏิบัติ ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมที่ดี อยู่ในระดับสูงซึ่งครัวเรือนที่นำส่งสมุดบัญชีครัวเรือนครบตามเกณฑ์กำหนด คิดเป็นร้อยละ 86.49 การทำบัญชีครัวเรือนที่มีต่อรายจ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนต้นแบบโครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนในเขตชนบท โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ครัวเรือนมีการกำหนดเป้าหมายเพื่อลดรายจ่าย คิดเป็นร้อยละ 37.84 โดยการดำเนินการลดรายจ่ายประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ คิดเป็นร้อยละ 38.01 เป้าหมายเพื่อลดรายจ่าย คิดเป็นร้อยละ 31.08 ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 30.41 และเป้าหมาย เพื่อเลิกจ่าย คิดเป็นร้อยละ 27.70 ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย คิดเป็นร้อยละ 28.21

คำสำคัญ : บัญชีครัวเรือน รายจ่าย แนวเศรษฐกิจพอเพียง

ABSTRACT

The purpose of this paper are: 1) To compare pre and post knowledge with household accounting of people of prototype community, the Integrated Project. 2) To study attitude of household accounting which affected expenditures base on the sufficiency economy philosophy, the integrated project for the solving poverty problem in rural areas for people of prototype community. 3) To study the acceptance of household accounting which affected expenditures base on the sufficiency economy philosophy, the integrated project for the solving poverty problem in rural areas for people of prototype community.

The sampling method was applied by purposive sampling. The data were collected from head of household, total 74 respondents. The research instruments were consisted of questionnaire, observation form, household accounting form and performance assessment form. The statistics used for data analysis were frequency percentage and t-test.

The research finding revealed as follows;

1) The comparison results of household accounting knowledge of people in prototype community, the Integrated Project found that average score of posttest was higher than pretest at statistic significant level .01

2) The attitude of household accounting found that the highest average score at 4.55 related to the community encouragement in the training of household accounting. The second average score at 4.01 involved with the training participation of relevant organizations in household accounting. Finally, the lowest average score at 2.40 was the complexity of household accounting process.

3) The household accounting acceptance has collective behavior which was shown by returning the household account books total 86.49%. Furthermore, the result of household accounting affected expenses base on the sufficiency economy philosophy have shown by average score from high to low as the following; the reducing expense goal was 37.84% and the result was 38.01%. The avoiding expense goal was 31.08% and the result was 30.41%. In addition, the quitting expense goal was 27.70% and the result was 28.21%.

Keywords: household accounting, expenses, the sufficiency economy philosophy

Article history:

Received 2 February 2020

Revised 6 March 2020

Accepted 9 March 2020

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

1. บทนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมน้อมนำพระราชโองบายในพระบาทสมเด็จพระปรเมนทรมหาอานันทมหิดลราชกุมาร พระวชิรเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 10 ตามบทบาทหน้าที่แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ ที่กำหนดให้มีหน้าที่ยกระดับการศึกษาและพัฒนาท้องถิ่นในท้องที่ของตนเป็นสำคัญ ในการมีส่วนร่วมสร้างความมั่นคงของชาติ ด้วยการยกระดับคุณภาพการศึกษาและพัฒนาท้องถิ่นในท้องที่ โดยทรงเน้นย้ำด้านการพัฒนาท้องถิ่นเป็นพิเศษ ให้ทำงานเข้าถึงประชาชน พร้อมรับทราบปัญหาความต้องการ เพื่อนำมาวิเคราะห์หาทางช่วยเหลือแก้ไขและปรับตัวให้เหมาะสมตามสภาพและประเพณีของท้องถิ่น สอดคล้องตามพระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ได้พระราชทานพระราชดำรัสชี้แนะปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง แนวทางการพัฒนาที่ตั้งอยู่บนฐานของทางสายกลางและความไม่ประมาท โดยคำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี ตลอดจนใช้คุณธรรม ความรู้ การดำเนินชีวิตด้วยความเพียร เพื่อป้องกันให้รอดพ้นจากวิกฤต ความสามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) สำหรับจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น สอนองพระราชโองบายสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 10 (มหาวิทยาลัยราชภัฏ, 2561)

ผลสำรวจสถานภาพหนี้ครัวเรือนไทยว่า ในปี 2562 หนี้ครัวเรือนเฉลี่ยที่ 340,053 บาทต่อครัวเรือน เป็นอัตราที่สูงสุดในประวัติศาสตร์ และเพิ่มจากปีก่อน 7.4% จำนวนหนี้ที่เพิ่มสูงขึ้นต่อครัวเรือน ปัญหาจากภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่ชะลอตัวจากเศรษฐกิจโลก โดยเศรษฐกิจไทยมีโอกาสขยายตัว 2.5-2.6% ซึ่งเป็นเศรษฐกิจที่ขยายตัวต่ำกว่า 3% เป็นครั้งแรกในรอบ 5 ปี ส่งผลกับรายได้ของประชาชนจำเป็นที่จะต้องก่อหนี้เพิ่มเพื่อใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน (กรุงเทพธุรกิจ, 2562) การทำบัญชีครัวเรือนถือว่าเป็นเครื่องมืออันสำคัญที่จะช่วยสะท้อนถึงค่าใช้จ่ายที่แท้จริง หากครัวเรือนสามารถบันทึกบัญชีได้อย่างต่อเนื่องจะสามารถทราบถึงรายจ่ายที่แท้จริง รายจ่ายที่จำเป็นและไม่จำเป็น นำไปสู่การวางแผนทางการเงินของครัวเรือนได้เป็นอย่างดี

โครงการแก้ไขความยากจนของประชาชนในเขตชนบทตามยุทธศาสตร์ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม (ตามพระบรมราชโองบาย) สมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 10 ภายใต้โครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนในท้องถิ่น เพื่อให้โครงการดังกล่าวดำเนินงานไปตามเป้าหมายของโครงการในการ “ปฏิบัติกรลด ละ เลิก สร้างวินัย เพิ่มรายได้” มหาวิทยาลัยแบ่งคณะทำงาน เพื่อลงพื้นที่รับทราบปัญหา ความต้องการของชุมชนโดยตรง จากนั้นวางแผนพัฒนาร่วมกับผู้ว่าราชการจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรบริหารส่วนตำบลกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เครือข่ายชุมชน ร่วมกันสร้างองค์ความรู้ พัฒนาระบบงาน ให้เหมาะสมกับบริบทชุมชนเป็นไปตามเป้าหมาย เริ่มดำเนินการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับรายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก มีศูนย์การเรียนรู้สืบสานศาสตร์พระราชชาในการพัฒนาองค์ความรู้การผลิต และรักษามาตรฐานในการผลิตในพื้นที่ชุมชน

ดังนั้นคณะผู้วิจัยได้รับมอบหมายให้เป็นคณะทำงานเล็งเห็นถึงปัญหาในการทำบัญชีครัวเรือนของชุมชนต้นแบบโครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนในเขตชนบท จึง

ได้จัดทำวิจัยนี้เพื่อให้ทราบถึงความรู้ทักษะและทัศนคติเกี่ยวกับ การทำบัญชีครัวเรือนของชุมชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อเป็นแนวทางในการเสริมสร้างศักยภาพให้ชุมชนมีองค์ความรู้ด้านการทำบัญชีครัวเรือน ลด ละ เลิก สร้างวินัยการบันทึกบัญชีครัวเรือนและสร้างวินัยการวางแผนการเงิน เกิดทัศนคติที่ดีในการทำบัญชีครัวเรือนนำไปความสำเร็จของโครงการลดรายจ่าย เพิ่มรายได้ ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชีครัวเรือนของคนในชุมชนต้นแบบของโครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์ ก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการ
2. ศึกษาทัศนคติ เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีครัวเรือน ที่มีต่อรายจ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนต้นแบบโครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนในเขตชนบท
3. ศึกษาผลของการยอมรับปฏิบัติ เกี่ยวกับการจัดทำบัญชีครัวเรือน ที่มีต่อรายจ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนต้นแบบโครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนในเขตชนบท

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยต่าง ๆ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ซึ่งแบ่งสาระของการทบทวนวรรณกรรม รายละเอียดดังนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความรู้

ความรู้ เป็นกรอบของการประสมประสานระหว่างค่านิยม สถานการณ์ ความรู้แจ้งอย่างชัดเจน และความรู้ในบริบท ทั้งนี้ประเภทของความรู้แบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

- 1) ความรู้โดยนัย เป็นความรู้ที่ไม่เป็นทางการและเป็นความรู้เฉพาะตัว ที่หล่อหลอมจากประสบการณ์ การศึกษา การสนทนา การฝึกอบรม ความเชื่อ แต่สามารถแบ่งปันและแลกเปลี่ยนได้
- 2) ความรู้ที่ปรากฏ เป็นความรู้ในรูปแบบของบันทึกต่าง ๆ ที่ถ่ายทอดจากบุคคลออกมา เช่น บทความมาตรฐาน เอกสาร หนังสือ ลิขสิทธิ์ เป็นต้น
- 3) ความรู้จากวัฒนธรรม เป็นความรู้ที่เกิดจากศรัทธา และความเชื่อ รวมถึงมีการพัฒนาความเชื่อร่วมกันเป็นความสามารถหลักขององค์กร หรือเรียกว่า วัฒนธรรมองค์กร (ชัชวาล วงษ์ประเสริฐ, 2548)

อัญญาณี คล้ายสุบรรณ (2550) ให้ความหมายว่า ความรู้เป็นสิ่งที่สะสมจากการค้นคว้าและศึกษาเล่าเรียน หรือสั่งสมจากประสบการณ์ รวมทั้งทักษะเชิงปฏิบัติ นอกจากนั้นความรู้ เป็นสิ่งที่ได้รับมาจากการคิด การปฏิบัติ ได้ฟัง หรือได้ยิน ซึ่งองค์ประกอบของความรู้ ได้แก่ ประสบการณ์ความจริงที่ได้จากการลงมือปฏิบัติ ดุลยพินิจ กฎแห่งมวลประสบการณ์และสัญชาตญาณ และความเชื่อ จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่าความรู้ คือ การรับรู้เบื้องต้น ซึ่งเป็นสิ่งที่สะสมมาจกประสบการณ์ การค้นคว้า และการศึกษา ซึ่งเป็นความรู้

เฉพาะตัวที่ได้รับมาจากการได้ยิน ได้ฟัง การคิด หรือการปฏิบัติ โดยสามารถปรับเปลี่ยนความรู้นี้ให้เป็นความรู้ที่ปรากฏออกมาในรูปแบบต่าง ๆ เช่น หนังสือ บทความ เอกสาร มาตรฐาน ลิขสิทธิ์ เป็นต้น

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ เป็นสิ่งที่สะท้อนความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งที่พบเจอต่าง ๆ จากการบอกเล่าและความเข้าใจ ซึ่งทำให้เกิดความรู้สึกไปในทางบวกหรือทางลบ การที่จะเปลี่ยนแปลงให้รู้สึกไปอีกทางหนึ่งกระทำได้ยาก หากมีทัศนคติไปในทางใดทางหนึ่งแล้ว (ศิวนารถ กิตติวัฒน์, 2551)

วิภาดา คุปตานนท์ (2551) สรุปความหมายว่า ทัศนคติ เป็นความรู้สึกภายในของบุคคลต่อคน วัตถุ สิ่งของ สถานการณ์ และเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ตัดสินหรือประเมิน ความรู้สึกนี้เกี่ยวข้องกับความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบ เมื่อบุคคลมีทัศนคติเป็นบวกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ถือว่าบุคคลชอบสิ่งนั้น และในทางกลับกัน เมื่อบุคคลมีทัศนคติเป็นลบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ถือว่าบุคคลไม่ชอบสิ่งนั้น

สนอง เหล่าน้อย (2554) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นความคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นความรู้สึกหรืออารมณ์ที่แสดงออกมาในรูปแบบที่ยอมรับหรือปฏิเสธ

นิภา รัพยา (2554) ให้ความหมายของ ทัศนคติว่าเป็น ความคิด ความเชื่อหรือความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งอาจแสดงออกในรูปของการกระทำ นึก โดยโน้มเอียงไปในทางบวกหรือทางลบก็ได้

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดภายในของบุคคล ที่สะท้อนต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เป็นอารมณ์ความรู้สึกที่แสดงออกมาในลักษณะที่ยอมรับหรือต่อต้าน ต่อคน วัตถุ สิ่งของ เหตุการณ์และสถานการณ์ต่าง ๆ โดยโน้มเอียงไปในทางบวกหรือทางลบก็ได้

2.3 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการยอมรับปฏิบัติ

ฤทัยทิพย์ โพธิ์อ่อน (2550) ได้เสนอว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพของแต่ละบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย 3 ปัจจัยได้แก่ ความสนใจ ลักษณะเฉพาะตัว และความสามารถของบุคคล โดยทั้ง 3 ปัจจัยนี้เป็นสิ่งที่กำหนดสมรรถนะของบุคคลในการทำงานเพื่อองค์กร

สมเกียรติ แก้วหอม (2555) กล่าวว่า การปฏิบัติงานของแต่ละคนจะถูกกำหนดโดย 3 ส่วน ได้แก่ 1) คุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล ซึ่งเป็นลักษณะที่เกี่ยวกับ เพศ อายุ เชื้อชาติ นอกจากนั้นยังรวมลักษณะที่เกี่ยวกับความรู้ ความถนัดและความชำนาญ รวมถึงคุณลักษณะทางด้านจิตวิทยา ซึ่งได้แก่ ทัศนคติ ค่านิยม อีกด้วย 2) ระดับความพยายามในการทำงาน ได้แก่ แรงผลักดันอารมณ์ ความสนใจ ความรู้สึก และความต้องการ ซึ่งเป็นความพยายามที่จะอุทิศกำลังกายและกำลังใจให้แก่การทำงาน โดยเกิดขึ้นจากแรงจูงใจในการทำงาน 3) แรงสนับสนุนจากองค์กรหรือหน่วยงาน ซึ่งมีผลต่อกำลังใจผู้ปฏิบัติงาน ได้แก่ ค่าตอบแทน การติดต่อสื่อสาร ความยุติธรรม รวมถึงวิธีการมอบหมายงาน

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การปฏิบัติงานของแต่ละบุคคลเกิดจากความสามารถ ลักษณะเฉพาะตัว และความสนใจของบุคคล ตามสภาพภูมิหลังของแต่ละคนที่ไม่เหมือนกัน สภาพร่างกาย จิตใจ การศึกษา ความรู้ความสามารถ ความถนัด ต่าง ๆ โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากองค์กรหรือหน่วยงาน ให้

เกิดความแตกต่างจากการประเมินของผู้บังคับบัญชาแล้วให้คะแนนออกมาในระดับต่าง ๆ ซึ่งมีผลต่อแรงจูงใจในการทำงาน มีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานที่มากขึ้น

2.4 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับบัญชีครัวเรือน

การบัญชีครัวเรือน หมายถึง การจดบันทึกรายรับ รายจ่ายประจำวันของแต่ละครัวเรือน (นภาพร ลิขิตวงศ์ขจร, 2550)

เขาวลัย พงศ์ผาติโรจน์ และ วรศักดิ์ ทูมมานนท์ (2552) อธิบายว่า บัญชีครัวเรือน เป็นบัญชีที่ใช้สำหรับบันทึกรายได้และรายจ่ายที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของแต่ละบุคคลว่าในแต่ละวันบุคคลนั้นมีรายได้เข้ามาเท่าไร แล้วจ่ายค่าใช้จ่ายออกไปอย่างไร

ภัทรา เนื่องสินปัญญา (2554) อธิบายว่า บัญชีครัวเรือนเป็นการประยุกต์ทางการบัญชี เพื่อใช้เป็นเครื่องมือประเภทหนึ่งในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยใช้สำหรับบันทึกรายได้ และรายจ่าย ซึ่งทำให้ผู้จัดทำบัญชีครัวเรือนสามารถ ลด ละ เลิกค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ทำให้เกิดการประหยัดและการออม ซึ่งช่วยแก้ไขปัญหานี้สินได้อย่างยั่งยืน

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า บัญชีครัวเรือน เป็นบัญชีที่ใช้สำหรับบันทึกรายได้และรายจ่ายที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน สัปดาห์ เดือน และปีของแต่ละครัวเรือน ซึ่งเป็นการประยุกต์ทางการบัญชีตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อจะให้เห็นภาพรวมว่า ตนเองและครอบครัวมีรายรับเท่าใด รายจ่ายเท่าใด คงเหลือเท่าใด หรือเงินไม่พอใช้เท่าใด และสำรวจว่ารายการใดจ่ายน้อยจ่ายมาก จำเป็นน้อยจำเป็นมาก ถ้าจำเป็นน้อยอาจลดลง จ่ายเฉพาะที่จำเป็นมาก เช่น ค่ากับข้าว ค่ายา ค่าเสื้อผ้า ค่าการศึกษา ค่าซ่อมแซมบ้าน ส่วนรายจ่ายที่ไม่จำเป็นให้ ลด ละ เลิก ตัวอย่างเช่น ค่าบุหรี่ย ค่าเหล้า เล่นการพนัน

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ ดำเนินการในลักษณะการวิจัยเชิงสำรวจ โดยการเก็บข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามให้กับครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนในเขตชนบท และการวิจัยแบบสำรวจ โดยการทดสอบความรู้ความเข้าใจครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการ

3.2 ขอบเขตการวิจัย

1. **ด้านเนื้อหา** วิเคราะห์ทฤษฎีเกี่ยวกับ ความรู้ ทศนคติและการยอมรับปฏิบัติเกี่ยวกับการทำบัญชีครัวเรือน และงานวิจัยเกี่ยวกับเศรษฐกิจพอเพียง

2. **ด้านพื้นที่** ครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนในเขตชนบท จำนวน 74 ครัวเรือน ประกอบด้วยครัวเรือนในพื้นที่ต่อไปนี้ 1) บ้านหนองแวม หมู่ 6 ต. บ่อสุพรรณ อ. สองพี่น้อง จ. สุพรรณบุรี 2) บ้านยางขาคิม หมู่ 12 ต. ห้วยหมอนทอง อ. กำแพงแสน จ. นครปฐม 3) บ้านกงลาด หมู่ 6 ต. ห้วยด้วน อ.ดอนตูม จ. นครปฐม 4) บ้านหนองไม้งาม หมู่ 7

ต. ทุ่งบัว อ.กำแพงแสน จ. นครปฐม 5) บ้านดอนใหญ่ หมู่ 9 ต.สระสี่มุม อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม 6) พื้นที่ หมู่บ้านในเขตตำบลลำเหย อ.ดอนตูม จ. นครปฐม และ 7) พื้นที่หมู่บ้านในเขตอำเภอบางเลน จ.นครปฐม

3.3 ประชากรและตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ คริวเรือนที่เข้าร่วมโครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อ แก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนในเขตชนบท กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบเจาะจงคริวเรือนที่เข้าร่วมโครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์ เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชน ในเขตชนบท จำนวน 74 คริวเรือน ผู้ให้ข้อมูลเป็นหัวหน้าคริวเรือน หรือตัวแทนที่ได้รับมอบหมายเป็นผู้อาศัย ในคริวเรือน รวมทั้งสิ้น 74 คน

เครื่องมือวิจัย / วิธีการรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบไปด้วย

1. แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม = มีลักษณะเป็นแบบ ตรวจสอบรายการ เพื่อสอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ 1. เพศ 2. อาชีพหลักของ คริวเรือน 3. รายรับคริวเรือน 4. หนี้สินคริวเรือน และ 5. รายจ่ายคริวเรือน

2. แบบทดสอบเกี่ยวกับความรู้และทัศนคติเกี่ยวกับการทำบัญชีคริวเรือนของชุมชนลด รายจ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง

3. แบบบันทึกบัญชีรายรับรายจ่ายเกี่ยวกับการยอมรับปฏิบัติของชุมชนต้นแบบโครงการ บูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนในเขตชนบท

4. แบบสอบถามเกี่ยวกับการกำหนดเป้าหมายและการดำเนินการลดรายจ่าย ละครายจ่ายและ เล็กรายจ่าย

4. ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานชุมชนต้นแบบโครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหา ความยากจนของประชาชนในเขตชนบท พบว่า กลุ่มคริวเรือนของคนในชุมชนต้นแบบตอบแบบสอบถามเป็น เพศชาย คิดเป็นร้อยละ 50 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50 รายรับคริวเรือนส่วนใหญ่เป็นค่าแรงงานงานรับจ้าง ทั่วไป ร้อยละ 86.49 และรายรับจากการทำเกษตร (เลี้ยงสุกรและไก่เนื้อ) ร้อยละ 13.51 และผู้ไม่มีอาชีพ ร้อยละ 1.13 หนี้สินต่อคริวเรือนส่วนใหญ่เป็นหนี้จากการกู้ยืมเงินกองทุนหมู่บ้าน นายทุน ธนาคาร เพื่อนบ้าน กู้ยืมเงินสัจจะ ซื้อที่ดินเงินผ่อน ซื้อบ้านเงินผ่อน ซื้อรถยนต์ เงินผ่อน ซื้อโทรศัพท์เงินผ่อน ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้า เงินผ่อน และหนี้ที่ต้องจ่ายชำระ จากการอุปโภคบริโภค ร้อยละ 86.49 รองลงมาคือ หนี้สินจากการเลี้ยงสุกร และไก่เนื้อร้อยละ 16.21 และผ่อนค่างวดรถจักรยานยนต์ ร้อยละ 8.10 รายจ่ายคริวเรือนส่วนใหญ่เป็น รายจ่ายค่าอาหาร คาสาธารณูปโภค (ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปา ค่าโทรศัพท์) ค่าของใช้ (เสื้อผ้า กระเป๋า รองเท้า สบู่ ผงซักฟอก น้ำยาล้างจาน แชมพูครีมนวด) และดอกเบี้ยจากการกู้ยืม ตามลำดับ

4.1. การเปรียบเทียบความรู้ของการทำบัญชีครัวเรือนของคนในชุมชนต้นแบบก่อนและหลังการทดสอบ ด้วยสถิติ Dependent t-test พบว่า ครัวเรือนมีความรู้ ความเข้าใจของการทำบัญชีครัวเรือนคะแนนเฉลี่ยหลังการทดสอบสูงกว่า ก่อนการทดสอบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ข้อมูลแสดงดังตารางที่ 1 ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชีครัวเรือนของคนในชุมชนต้นแบบของโครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์ ก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการ

จำนวน	ก่อนการฝึกอบรม		หลังการฝึกอบรม		t-test	P-value	แปลความหมาย
	Mean	S.D.	Mean	S.D.			
75	32.70	2.84	49.60	2.78	11.57	0.01	แตกต่างกัน

4.2. ทักษะเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีครัวเรือน พบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 4.55 ในเรื่องชุมชนของท่านมีการส่งเสริมให้ได้รับการฝึกอบรมการจัดทำบัญชีครัวเรือน รองลงมา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01 คือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องการจัดทำบัญชีครัวเรือน เข้ามามีส่วนร่วมในการฝึกอบรม / ให้ความรู้เรื่องการจัดทำบัญชีครัวเรือนในชุมชน ส่วนทัศนคติที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 2.40 ขั้นตอนในการจัดทำบัญชีครัวเรือนมีความยุ่งยากด้านการยอมรับปฏิบัติ พบว่า ครัวเรือนที่นำส่งสมุดบัญชีครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 86.49 และครัวเรือนที่นำส่งแต่ไม่ครบตามเกณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 13.51 โดยครัวเรือนที่มีทัศนคติที่ดีเกี่ยวกับการนำส่งบัญชีครัวเรือน (1 เดือนต่อครั้ง) ร้อยละ 50.00 การทำบัญชีครัวเรือน (2 เดือนต่อครั้ง) ร้อยละ 36.49 และต่ำกว่า 1 เดือนต่อครั้ง ร้อยละ 13.51 การทำบัญชีครัวเรือนของคนในชุมชนต้นแบบ พบว่า ส่วนใหญ่มีทักษะอยู่ในระดับต่ำ มีผลคะแนน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 74.07 มีทักษะอยู่ในระดับสูง มีผลคะแนนระหว่าง 21-30 คะแนน คิดเป็นร้อยละ 14.81 และมีทักษะอยู่ในระดับปานกลาง มีผลคะแนนตั้งแต่ 11 -20 คะแนนขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 11.11 จากผลการวิจัยด้านการยอมรับปฏิบัติ พบว่า ผลของการทำบัญชีครัวเรือนที่มีต่อรายจ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนต้นแบบโครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์ เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนในเขตชนบท โดยเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ครัวเรือนมีการกำหนดเป้าหมายเพื่อลดรายจ่าย คิดเป็นร้อยละ 37.84 โดยการดำเนินการลดรายจ่ายประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ คิดเป็นร้อยละ 38.01 ครัวเรือนมีการกำหนดเป้าหมายเพื่อลดรายจ่าย คิดเป็นร้อยละ 31.08 โดยการดำเนินการลดรายจ่ายประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ คิดเป็นร้อยละ 30.41 และครัวเรือนมีการกำหนดเป้าหมายเพื่อเลิกรายจ่าย คิดเป็นร้อยละ 27.70 โดยการดำเนินการเลิกรายจ่ายประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ คิดเป็นร้อยละ 28.21

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1. สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาผลการทำบัญชีครัวเรือนที่มีต่อรายจ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนต้นแบบ โครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนในเขตชนบท ผู้วิจัยจึงได้มีการสรุปการอภิปรายผล ดังนี้

1. ความรู้ของการทำบัญชีครัวเรือนของคนในชุมชนต้นแบบก่อนการทดสอบ พบว่า ครัวเรือนมีความรู้ความเข้าใจของการทำบัญชีครัวเรือนคะแนนเฉลี่ยหลังการทดสอบสูงกว่าก่อนการทดสอบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นจริงที่ว่า ครัวเรือนที่เข้าร่วมโครงการผู้วิจัยได้จัดการอบรมบัญชีครัวเรือนด้านความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายในครัวเรือน วิธีการใช้จ่ายเงินและการออมเงิน รู้วิธีการวางแผนการใช้จ่ายเงินในครัวเรือน สามารถแยกแยะ ได้รับความรู้ รู้จักการใช้จ่ายเงิน การออมทรัพย์ การบริหารการเงินและช่วยกันใช้จ่ายอย่างประหยัดและคุ้มค่าตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียง สอดคล้องกับงานวิจัย อาทิศย์ สุจเสน และคณะ (2562) สมาชิกในครัวเรือนมีความรู้ความเข้าใจในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริในระดับปานกลาง มีการบันทึกบัญชีครัวเรือนเป็นครั้งคราวและมีความคิดเห็นระดับปานกลางเกี่ยวกับการบันทึกบัญชีครัวเรือน

2. ด้านทัศนคติ ของการทำบัญชีครัวเรือนของคนในชุมชนต้นแบบ พบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดในเรื่องชุมชนของท่านมีการส่งเสริมให้ได้รับการฝึกอบรมการจัดทำบัญชีครัวเรือน รองลงมา คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในเรื่องการจัดทำบัญชีครัวเรือน เข้ามามีส่วนร่วมในการฝึกอบรม / ให้ความรู้เรื่องการจัดทำบัญชีครัวเรือนในชุมชน ส่วนทัศนคติที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดเท่ากับ 2.40 สอดคล้องกับความเป็นจริงที่ว่า ขั้นตอนในการจัดทำบัญชีครัวเรือนมีความยุ่งยาก เกี่ยวกับการทำบัญชีครัวเรือนของคนในชุมชนต้นแบบ ครัวเรือนมีทัศนคติในทางที่ดีและเป็นเชิงการได้รับความส่งเสริมและสนับสนุน จึงถือเป็นโอกาสที่ดีที่จะทำให้ครัวเรือนได้ใช้ความรู้ความเข้าใจในการทำบัญชีครัวเรือนเกิดการประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันนำไปสู่พฤติกรรมลดรายจ่ายอย่างยั่งยืน และการให้ความสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเพื่อ การสร้างบรรยากาศ การมีส่วนร่วม การสร้างความศรัทธาและความเชื่อมั่นให้ชุมชน ทำให้การดำเนินการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยพิมพ์รัก พุ่มเจริญ (2559) นอกจากทัศนคติในเชิงบวกที่เกษตรกรมีต่อการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่ายแล้ว บางรายมองว่าแม้การจัดทำบัญชีจะมีประโยชน์สำหรับวางแผนการใช้จ่าย แต่ก็มีความยุ่งยากและรายละเอียดในการจัดทำค่อนข้างมาก ทำให้รู้สึกเบื่อที่จะจดและรู้สึกท้อในการจัดทำอย่างสม่ำเสมอ และแม้ว่าเกษตรกรจะรู้ถึงประโยชน์

3. ด้านการยอมรับปฏิบัติ พบว่า ครัวเรือนที่นำส่งสมุดบัญชีครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 86.49 ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นจริงที่ว่า การจัดทำยังคงความยุ่งยาก ทำให้ไม่สามารถจดบันทึกรายรับรายจ่ายที่เกิดขึ้นในแต่ละวันได้ เกี่ยวกับการทำบัญชีครัวเรือนของคนในชุมชนต้นแบบ พบว่า ส่วนใหญ่มีทักษะอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นจริงที่ว่าเนื่องจากครัวเรือนมีภารกิจที่ต้องรับผิดชอบมากทำให้ไม่สามารถจดบันทึกบัญชีครัวเรือนได้อย่างสม่ำเสมอ และเกิดความเบื่อหน่ายซ้ำซากในการบันทึกบัญชี แม้ครัวเรือนจะได้รับความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชีครัวเรือนและทราบถึงประโยชน์และความสำคัญถึงการจัดทำบัญชีครัวเรือน สอดคล้องกับอารยา อิงไพบูลย์กิจ (2559) เกษตรกรมีค่าใช้จ่ายสูงจึงทำให้ไม่ยอมทำบัญชีครัวเรือน รองลงมาคือ ไม่มีการบันทึกบัญชีครัวเรือนอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ จึงไม่ยอมทำบัญชีครัวเรือน ขาดประสบการณ์ในการทำ

บัญชีครัวเรือน การทำบัญชีครัวเรือนมีความยุ่งยากและทำให้เสียเวลาขาดความรู้ความเข้าใจในการทำบัญชีครัวเรือนมีภารกิจที่ต้องรับผิดชอบมากทำให้ไม่สามารถทำบัญชีครัวเรือนได้ ขาดกำลังใจและแรงจูงใจในการทำบัญชี อ่านและเขียนหนังสือไม่ได้จึงทำให้ไม่สามารถทำบัญชีครัวเรือนได้ สอดคล้องกับ ญัฐภัทร คำสิงห์วงศ์ และ สุภาภรณ์ พวงชมพู (2558) การทำบัญชีครัวเรือนทำให้เสียเวลาและมีความยุ่งยากและการไม่สามารถบันทึกรายการได้เนื่องจากการมีปัญหาในเรื่องการเขียนหนังสือในการบันทึกบัญชี แต่ก็ไม่ได้เป็นแรงจูงใจที่มากพอที่จะให้เกษตรกรเริ่มต้นจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย เนื่องจากเกษตรกรคิดว่าการจัดทำบัญชีน่าจะเหมาะกับบุคคลที่จำเป็นต้องรับรู้รายได้ ค่าใช้จ่ายอยู่เสมอ เช่น บุคคลที่เป็นหนี้ บุคคลที่มีรายรับหลายทาง ผลของการทำบัญชีครัวเรือนที่มีต่อรายจ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนต้นแบบโครงการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อแก้ไขปัญหาความยากจนของประชาชนในเขตชนบท ครัวเรือนมีการกำหนดเป้าหมายเพื่อลดรายจ่าย คิดเป็นร้อยละ 37.84 โดยการดำเนินการลดรายจ่ายประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ คิดเป็นร้อยละ 38.01 และครัวเรือนมีการกำหนดเป้าหมายเพื่อลดรายจ่าย คิดเป็นร้อยละ 27.70 โดยการดำเนินการลดรายจ่ายประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่วางไว้ คิดเป็นร้อยละ 28.21 ซึ่งสอดคล้องกับความเป็นจริงที่ว่าเป้าหมายของโครงการเพื่อลดรายจ่าย เป็นการลด ละ เลิก โดยรายจ่ายที่พบคือ การซื้ออบายมุขทั้งปวงเหล้า ยาสูบและบุหรื การเล่นพนัน การซื้ออาหารและเครื่องดื่ม ค่าที่อยู่อาศัยและเครื่องใช้ และค่ายานพาหนะ และเดินทาง จึงได้มีกิจกรรมเพื่อให้ครัวเรือนมีอาหารเพื่อการอุปโภคบริโภค ได้แก่ การเพาะเลี้ยงเห็ด การเลี้ยงไก่ การเลี้ยงสุกร และการแก้ปัญหาดินเปรี้ยวเพื่อให้ทำการเกษตรในพื้นที่ สอดคล้องกับ Cooper & Zmud (1990) และ Dickerson & Gentry (1983) การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมีความซับซ้อนจึงจำเป็นต้องใช้ทักษะและเทคนิคเพื่อให้ได้รับการสนับสนุนและสร้างโอกาสเพื่อให้เกิดการยอมรับกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรม สอดคล้องกับ ธวัชชัย เพ็งพิณิจ และคณะ (2555) ตัวชี้วัดความสำเร็จต้นแบบเกษตรพึ่งตนเองและพึ่งพากันเองตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเครือข่ายปราชญ์ชาวบ้านภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วยเงื่อนไขความรู้มีการลดรายจ่าย และทำบัญชีครัวเรือน เงื่อนไขคุณธรรมมีปลูกพืช เลี้ยง สัตว์หลากหลายชนิด ปลูกผักสวนครัว ไม่สร้างหนี้ ทำเกษตรผสมผสาน ภูมิใจในสิ่งที่ทำ มีอาหารพอ เลิกอบายมุข มีกัลยาณมิตร และศรัทธาใน อาชีพ เงื่อนไขความสมดุล มั่นคง ยั่งยืน มีทำเกษตรผสมผสาน ปลูกพืชเลี้ยงสัตว์ หลากหลายชนิด มีอาหารพอกิน-แจก-แลกเปลี่ยน-ขาย ปลูกผักสวนครัว ไม่สร้างหนี้ เป็นแบบอย่างที่ดี มีเงินออม สอดคล้องกับ อารยา อิงไพบูลย์กิจ (2559) ปัจจัยที่ทำให้เกษตรกรจดบันทึก คือ การตระหนักและเล็งเห็นประโยชน์ของการจัดทำบัญชีครัวเรือน และความรู้ความเข้าใจในระบบการบันทึกบัญชีครัวเรือน

5.2 ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการวิจัยครั้งนี้

1. การนำผลมาตรการระยะสั้นดำเนินโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการจัดทำบัญชีครัวเรือนไปปรับใช้กับครัวเรือนพื้นที่อื่น เพื่อส่งเสริมวินัยทางการเงินด้านการใช้จ่าย ส่งเสริมและถ่ายทอดแนวคิดครัวเรือนที่ประสบความสำเร็จในการจัดทำบัญชีครัวเรือนเพื่อสร้างแรงบันดาลใจแก่ครัวเรือนอื่น

2.หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานอื่น ๆ ควรให้ความสนใจในการศึกษาการจัดทำบัญชีครัวเรือนมากขึ้น และมีการส่งเสริมให้ภาคประชาชนหันมาทำบัญชีครัวเรือน โดยการสนับสนุนทั้งจากการส่งเสริมการจัดทำบัญชีครัวเรือน การติดตามและการให้คำปรึกษา เนื่องจากการจัดทำบัญชีครัวเรือนเป็นโครงการหนึ่งที่น่าก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนและทุกคนในครัวเรือน ซึ่งทำให้ทุกคนได้รับรู้ที่มาของรายรับและที่ไปของรายจ่าย เพื่อรับรู้ว่ารายจ่ายใดบ้างที่จำเป็น รายจ่ายใดบ้างไม่จำเป็นที่ต้อง ลด ละ เลิก เพื่อใช้วางแผนอนาคตที่ดีของชีวิตตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง

3. การจัดทำบัญชีครัวเรือน ตามหลักแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงอาจจะไม่ใช่ เรื่องใหม่ แต่ประชาชนส่วนมากมักจะไม่ค่อยเข้าใจ ถึงแม้จะเคยได้ยินอยู่บ่อยครั้งแต่กลับไม่ค่อยได้ลงมือปฏิบัติ ดังนั้นทุกคนควรทำความเข้าใจอย่างจริงจังและนำมาปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน เพื่อให้การดำเนินชีวิตเป็นไปอย่างรอบคอบ ระมัดระวัง มั่นคงและยั่งยืน

4. ควรมีการส่งเสริมให้ครัวเรือนมีความรู้ในเรื่องของการเกษตรแบบผสมผสาน ตลอดจนการเสริมสร้างกิจกรรมการผลิตนอกภาคเกษตรเพื่อสร้างรายได้ และยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้ดีขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1.ควรศึกษาการนำครัวเรือนในชุมชนต้นแบบที่ประสบความสำเร็จในการทำบัญชีครัวเรือนเพื่อทราบถึงปัจจัยที่ทำให้การทำบัญชีครัวเรือนของชุมชนที่ประสบความสำเร็จเพื่อสร้างรูปแบบการวางแผนทางการเงินเพื่อลดรายจ่ายตามแนวเศรษฐกิจพอเพียงของคนในชุมชน

2.ควรมีการศึกษาการทำบัญชีครัวเรือนของคนในชุมชนต้นแบบที่ยังคงไม่บรรลุตามเป้าหมาย เพื่อหาแนวทางแก้ปัญหาต่อไป

3.ควรมีการทำวิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความยากจนของประชาชนในเขตชนบท

4.ควรมีการทำวิจัยเพื่อสร้างเครือข่ายระหว่างหน่วยงานของรัฐ ผู้นำชุมชนและประชาชน ในการพัฒนาระบบบัญชีครัวเรือน เพื่อการพัฒนาคุณภาพคนและสังคมไทยแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้ตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง

เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจ. (2562). **หนี้ครัวเรือนปี 62 สูงสุดประวัติการณ์ 3.4 แสนบาท**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 22 ธันวาคม 2562 จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/856350>
- ชัชวาล วงษ์ประเสริฐ. (2548). **การจัดการความรู้ในองค์กรธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- เชาวลีย์ พงศ์ผาติโรจน์ และวรศักดิ์ ทูมมานนท์. (2552). **หลักการบัญชี 1**. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ณัฐภัทร คำสิงห์วงศ์ และสุภาภรณ์ พวงชมพู. (2558). การวางแผนชำระหนี้ของเกษตรกรรายย่อยด้วยบัญชีครัวเรือนกรณีศึกษาลูกค้าเกษตรกรธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 22 ธันวาคม 2562 จาก<http://gs.nsr.u.ac.th/files/7/2%20ณัฐภัทร%20%20คำสิงห์วงศ์.pdf>
- ธวัชชัย เฟ็งพินิจ, พรทวิ พลเวียงพล, วโรตม แสงแก้ว, และพิมพ์ชนก วัดทอง. (2555). การพัฒนาตัวชี้วัดความสำเร็จต้นแบบเกษตรพึ่งตนเองและพึ่งพากันเอง ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 5 (2), 94-107
- นภาพร ลิขิตวงศ์ขจร. (2550). บัญชีครัวเรือน : เครื่องมือสู่เศรษฐกิจพอเพียง. วารสารศูนย์บริการวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. 15(3), 25-29.
- นิภา รัพยา. (2554). ทศนคติของประชาชนต่อการปฏิบัติงานชุมชนและมวลชนสัมพันธ์ของตำรวจตระเวนชายแดน กรณีศึกษา กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 43. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- พิมพ์รัก พุ่มเจริญ. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายของเกษตรกร และแนวทางในการส่งเสริมให้เกษตรกรมีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายที่เหมาะสม. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทรา เนื่องสินปัญญา. (2554). “บัญชีครัวเรือน” เรื่องใกล้ตัวที่ถูกมองข้าม. วารสารวิทยาการจัดการ และสารสนเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร. 7 (1), 20-28
- มหาวิทยาลัยราชภัฏ. (2561), ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579). [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 22 ธันวาคม 2562 จาก<http://www.sru.ac.th/files/20190306-government-plan-university-20-year-upadte.pdf>
- ฤทัยทิพย์ โพธิ์อ่อน. (2550). ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท วิริยะซัพพลายจำกัด. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- วิภาดา คุปตานนท์. (2551). การจัดการและพฤติกรรมการ: เทคนิคการจัดการสมัยใหม่. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ศิวนารถ กิตติวัฒน์. (2551). การศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อการให้บริการของตำรวจจราจรในเขตอำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- สนอง เหล่าน้อย. (2554). ทศนคติของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติหน้าที่การป้องกันแลปราบปรามอาชญากรรมของตำรวจ สถานีตำรวจภูธรป่าไร่ อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานท้องถิ่น สถาบันนิติศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ.

- สมเกียรติ แก้วหอม. (2555). แนวความคิด ทฤษฎีประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน. [ออนไลน์].
ค้นเมื่อ 2 มกราคม 2563 จาก http://sukanrat.blogspot.com/2012/09/blog-post_804.html
- อัญญาณี คล้ายสุบรรณ. (2550). การจัดการความรู้ ฉบับปฐมบท. นครปฐม: เพชรเกษม.
- อาทิตย์ สุจเสน, นิตยา ทัดเทียม และกมลนันท์ ชีวรัตนโชติ. (2562). รายงานการวิจัย
การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ความเข้าใจในปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
ตามแนวพระราชดำริกับการบันทึกบัญชีครัวเรือน ของประชาชน
ในเขตพื้นที่อำเภอขนอม จังหวัดนครศรีธรรมราช. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 22 ธันวาคม 2562 จาก
https://elib.rmutsv.ac.th/result/viewPDF?bib_id=1467
- อารยา อิงไพบุลย์กิจ. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการทำบัญชีครัวเรือนของเกษตรกรจังหวัดสุรินทร์. การประชุม
วิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ครั้งที่ 1 (The 1st RUSNC
2016), 976-986.
- Cooper, R. B. & Zmud, R. W. (1990). Information Technology Implementation Research: A
Technological Diffusion Approach. *Management Science*, 36(2), 123-139.
- Dickerson, M. D. & Gentry, J. W. (1983). Characteristics of Adopters and NonAdopters of Home
Computers. *Journal of Consumer Research*, 10(2), 225-234.

คำแนะนำในการเตรียมต้นฉบับ

1. บทนำ

ต้นแบบ (template) จัดเตรียมได้โดยใช้ทั้งโปรแกรม Ms Word และบันทึกที่อยู่ในรูปของไฟล์ต้นแบบนามสกุล .docx และ .doc เพื่อให้ผู้เขียนบทความนำไปใช้ และทราบถึงรูปแบบ (format) ต่างๆ ที่ใช้ในการจัดทำบทความต้นฉบับ โดส่วนประกอบต่างๆ ของบทความจะต้องมีลักษณะที่เหมือนกัน เพื่อให้วารสารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

บทความจะต้องประกอบด้วยส่วนต่างๆ ตามลำดับต่อไปนี้ คือ ส่วนนำ ประกอบด้วย ชื่อเรื่องภาษาไทย ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ ชื่อผู้เขียนบทความ ชื่อหน่วยงานหรือสถาบันของผู้เขียน ที่อยู่ E-mail เฉพาะของผู้เขียนผู้รับผิดชอบบทความ (Corresponding author) บทคัดย่อภาษาไทย คำสำคัญ บทคัดย่อภาษาอังกฤษ และคำสำคัญภาษาอังกฤษ ในส่วนเนื้อเรื่อง แบ่งออกเป็น 2 ประเภทตามลักษณะของบทความดังนี้

1. บทความวิจัย เนื้อเรื่อง ควรประกอบด้วย (1) บทนำ วัตถุประสงค์ในการศึกษา/การวิจัย สมมติฐานในการศึกษา/การวิจัย (ถ้ามี) (2) เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง/กรอบแนวคิด (3) วิธีดำเนินการศึกษา/การวิจัย (4) ผลการศึกษา/การวิจัย (5) สรุปผลการศึกษา/การวิจัย อภิปรายผลการศึกษา/การวิจัย ข้อเสนอแนะ (6) กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) (7) เอกสารอ้างอิง

2. บทความทางวิชาการ เนื้อเรื่อง ควรประกอบด้วย (1) ความนำ/บทนำ (2) วัตถุประสงค์ของบทความ (3) เนื้อเรื่อง/เนื้อหาของบทความ (4) บทสรุป (5) เอกสารอ้างอิง

2. คำแนะนำในการเขียนต้นฉบับบทความ

2.1 การจัดหน้ากระดาษ

บทความที่จะใช้ภาษาไทยเป็นหลัก (และอาจจะมีคำภาษาอังกฤษแทรกได้) ตามรูปแบบที่กำหนดขนาดของบทความจะอยู่ในพื้นที่ของกระดาษ A4 พิมพ์แนวตั้ง (portrait) โดยตั้งค่าหน้ากระดาษ (page setup) ทุกด้านให้มีระยะขอบ(margins) ด้านละ 1 นิ้วเท่ากันทั้งหมด และความยาวของบทความ (รวมหน้าบทคัดย่อ) ไม่ควรเกิน 12 หน้า

ทั้งนี้ต้นแบบนี้จะบอกรายละเอียดของรูปแบบของบทความที่ถูกต้อง เช่น ขนาดของกรอบ ความกว้างของคอลัมน์ระยะห่างระหว่างบรรทัด และรูปแบบของตัวอักษร ห้ามปรับเปลี่ยนให้ต่างไปจากที่ระบุ กรุณาระลึกเสมอว่าบทความของท่านจะถูกนำไปรวมกับบทความอื่นๆ ในวารสารฯ ไม่ใช่เอกสารที่พิมพ์เดี่ยวๆ ดังนั้นบทความทั้งหมดควรที่จะต้องอยู่ในรูปแบบเดียวกัน อย่าขยายขนาดระยะห่างระหว่างบรรทัดเมื่อจะขึ้นย่อหน้าใหม่

การลำดับหัวข้อในเนื้อเรื่องให้ใส่เลขกำกับ โดยให้บทนำเป็นหัวข้อหมายเลข 1 และหากมีการแบ่งหัวข้อย่อย ก็ให้ใช้เลขระบบทศนิยมกำกับหัวข้อย่อย เช่น 2.1, 2.1.1 เป็นต้น

2.2 ขนาดตัวอักษรและการเว้นระยะ

2.2.1 ขนาดตัวอักษร

ตัวอักษรที่ใช้ในการจัดทำบทความนี้คือ “TH SarabunPSK” สำหรับชื่อเรื่องบทความ ให้ใช้ตัวอักษรแบบหนาขนาด 18 จุด (points) ชื่อผู้เขียนบทความ ใช้ตัวอักษรแบบธรรมดาขนาด 16 จุด ชื่อหน่วยงานหรือสถาบันของผู้เขียน และที่อยู่ E-mail ใช้ตัวอักษรแบบธรรมดาขนาด 14 จุด ชื่อหัวข้อหลัก (เช่น 1., 2.) หัวข้อย่อย (เช่น 1.1, 1.2, ...) หรือหัวข้อย่อย (เช่น 1.1.1, 1.1.2, ...) ใช้ตัวอักษรแบบหนาขนาด 16 จุด บทคัดย่อและเนื้อความต่างๆ ใช้ตัวอักษรแบบธรรมดาขนาด 16 จุด รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายละเอียดรูปแบบตัวอักษรสำหรับการจัดทำบทความต้นฉบับ

องค์ประกอบ	ตัวอักษร	รูปแบบอักษร	ขนาดอักษร (จุด)
ชื่อเรื่องบทความ	TH SarabunPSK	หนา	18
ชื่อผู้เขียน	TH SarabunPSK	ธรรมดา	16
ชื่อหน่วยงานหรือสถาบัน ของ ผู้เขียน และที่อยู่ E- mail	TH SarabunPSK	ธรรมดา	14
หัวเรื่อง 1 (1.,2.,...)	TH SarabunPSK	หนา	18
หัวเรื่อง 2 (1.1,1.2,..)	TH SarabunPSK	หนา	16
หัวเรื่อง 3 (1.1.1, ...)	TH SarabunPSK	หนา	16
เนื้อหาและบทคัดย่อ	TH SarabunPSK	ธรรมดา	16
คำอธิบายรูป	TH SarabunPSK	ธรรมดา	16
คำอธิบายตาราง	TH SarabunPSK	ธรรมดา	16
ตัวแปรในสมการ **	**	**	**
เอกสารอ้างอิง	TH SarabunPSK	ธรรมดา	16

** จัดทำโดยการใช้ MathType/ Ms Equation Object 3.0 ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อที่ 2.5

2.2.2 การเว้นระยะ

เนื้อเรื่องในแต่ละบรรทัดให้จัดเรียงชิดซ้ายและขวาอย่างสวยงามโดยตั้งค่าการกระจายแบบไทย (Thai Distributed)

การเว้นระยะระหว่างบรรทัดสำหรับหัวเรื่อง 1 เช่น 1. และ 2. จะใช้ขนาดระยะ 14 จุด

การเว้นระยะระหว่างบรรทัดสำหรับหัวเรื่อง 2 และ 3 เช่น 2.1, 2.2 หรือ 2.2.1, 2.2.2 จะใช้ขนาดระยะ 8 จุด

กำหนดระยะในการย่อหน้า ย่อหน้าแรกอยู่ที่ 0.5 นิ้ว ย่อหน้าต่อไปย่อหน้าละ 0.25 นิ้ว (0.5, 0.75, 1.00,)

2.3 ชื่อเรื่อง ชื่อผู้แต่ง และหัวข้อ

การพิมพ์ชื่อเรื่อง ให้วางไว้ตำแหน่งกลางหน้ากระดาษ เริ่มจากชื่อเรื่องภาษาไทย ขึ้นบรรทัดใหม่เป็นชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (กรณีชื่อเรื่องเกิน 2 บรรทัดให้จัดในลักษณะสามเหลี่ยมกลับหัว) ชื่อผู้เขียนภาษาไทยและอังกฤษ สำหรับชื่อหน่วยงานหรือสถาบันของผู้เขียนและที่อยู่ Corresponding author : ให้พิมพ์ไว้ส่วนท้ายของหน้าแรกของงานที่นำเสนอ

2.4 การจัดทำรูปภาพ

รูปภาพที่ใช้จะต้องมีความคมชัดเพียงพอเพื่อที่จะให้ผู้อ่านสามารถเห็นรายละเอียดในรูปภาพได้ชัดเจน แต่ไม่ควรมีขนาดไฟล์ที่ใหญ่จนเกินไป เพราะจะทำให้ไฟล์บทความต้นฉบับมีขนาดใหญ่ตามไปด้วย โดยรูปภาพจะต้องวางไว้ตำแหน่งกลางหน้ากระดาษ ตัวอักษรทั้งหมดในรูปภาพ จะต้องมีความสูง 16 จุด เพื่อให้ผู้อ่านสามารถอ่านได้สะดวก โดยรูปภาพทุกรูปจะต้องมีหมายเลขแสดงลำดับและคำบรรยายได้ภาพ หมายเลขและคำบรรยายรวมกันแล้วควรจะมีขนาดยาวไม่เกิน 2 บรรทัด และควรเว้นบรรทัด 1 บรรทัด เหนือขอบของรูปภาพและใต้ คำอธิบายภาพ

2.5 การเขียนสมการ

สมการที่ใช้ในบทความควรจะเป็นการสร้างจากโปรแกรม MathType หรือเป็นวัตถุของ Microsoft Equation มีขนาด 14 จุด และเป็นตัวอักษร “TH SarabunPSK” ขนาด 14 จุด สมการทุกสมการจะต้องมีหมายเลขกำกับอยู่ภายในวงเล็บ และเรียงลำดับที่ถูกต้อง ตำแหน่งของหมายเลขสมการ (ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ธรรมดาขนาด 16 จุด) และจะต้องจัดตำแหน่งของสมการให้มีความสวยงาม

2.6 การจัดทำตาราง

ตัวอักษรในตาราง ให้ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 จุด สำหรับหัวข้อของตาราง และให้ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ธรรมดาขนาด 16 จุด สำหรับเนื้อหา ควรตีเส้นกรอบตารางด้วยหมึกดำให้ชัดเจน (ทั้งนี้ผู้เขียนบทความอาจจะใช้ขนาดอักษรที่เล็กกว่า 16 จุดได้ โดยขึ้นอยู่กับเนื้อหาและความสวยงามของการจัดตาราง)

2.7 การอ้างอิงและเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในบทความ กรณีที่ผู้เขียนต้องการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลในเรื่องให้ใช้วิธีการอ้างอิงในส่วนเนื้อเรื่องแบบนาม-ปี (author-date in-text citation) โดยระบุ ชื่อผู้แต่ง และปีพิมพ์ของเอกสารไว้ข้างหน้าหรือข้างหลังข้อความที่ต้องการอ้าง เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้นและอาจระบุเลขหน้าด้วยก็ได้ เช่น มานะ รักยิ่ง (2555: 45) กล่าวว่าหรือ (มานะ รักยิ่ง, 2555: 45) ในกรณีที่มีผู้แต่งตั้งแต่ 3 คนขึ้นไปให้ใช้ และคณะ เช่น มานะ รักยิ่ง และคณะ (2555: 51) หรือ (มานะ รักยิ่ง และคณะ, 2555: 51) ถ้าเป็น

ภาษาอังกฤษหรือภาษาใดๆ ที่เขียนด้วยตัวอักษรภาษาอังกฤษให้ใช้ et al. ต่อท้ายผู้แต่งคนแรก เช่น Schaad et al. (1992: 405) หรือ (Schaad et al., 1992: 405)

การอ้างอิงท้ายบทความ เป็นการรวบรวมรายการเอกสารทั้งหมดที่ผู้เขียนบทความได้ใช้อ้างอิงในการเขียนบทความจัดเรียงรายการตามลำดับอักษรชื่อผู้แต่ง ภายใต้หัวข้อ เอกสารอ้างอิง สำหรับบทความภาษาไทยหรือ Reference สำหรับบทความภาษาอังกฤษ โดยให้เรียงลำดับเอกสารอ้างอิงที่เป็นภาษาไทยขึ้นก่อนและตามด้วยภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่นๆ และไม่ต้องใส่หมายเลขหน้า ให้แสดงเฉพาะเอกสารที่นำมาอ้างอิงในเนื้อเรื่องเท่านั้น ไม่ควรอ้างอิงเอกสารใดๆ ที่ยังไม่ได้มีการตีพิมพ์ โดยเรียงลำดับตามตัวอักษร หากรายละเอียดของเอกสารอ้างอิงมีความยาวมากกว่าหนึ่งบรรทัดให้พิมพ์ต่อบรรทัดถัดไป โดยที่ย่อหน้าเว้นระยะจากขอบซ้ายของหน้ากระดาษ 0.5 นิ้ว โดยใช้รูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงแบบ APA (American Psychological Association) ตัวอย่างการเขียนเอกสารอ้างอิงมีดังนี้

2.7.1 หนังสือหรือตำรา

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อหนังสือ. เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์. (ตัวอย่างเช่น)

นันทวัฒน์ บรมานันท์. (2545). การปกครองส่วนท้องถิ่นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.

2540. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

Tzeng, O.C.S. (1993). *Measurement of love and intimate relations: Theories, scales and Applications for Love development, Maintenance, and dissolution*. London: Praeger.

2.7.2 หนังสือหรือตำราที่มีบรรณาธิการ

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ใน ชื่อบรรณาธิการ, ชื่อหนังสือ. (เลขหน้า

บทความ). เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์. (ตัวอย่างเช่น)

Hartley, J. T., Harker, J. O., & Walsh, D. A. (1980). Contemporary issues and new directions in adult development of learning and memory. In Poon, L. W. (Ed.), *Aging in the 1980s: Psychology issues* (239-252). Washington, DC: American Psychology Association.

2.7.3 วารสาร/ข่าวสาร/นิตยสาร

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์, เดือน). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร, ปีที่ (ฉบับที่), เลขหน้าบทความ.

(ตัวอย่างเช่น)

ประหยัด หงษ์ทองคำ. (2544, เมษายน). อำนาจหน้าที่ของรัฐสภาตามบทบัญญัติรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540.

รัฐสภาสาร, 49 (4), 1-16.

2.7.4 วิทยานิพนธ์และดุษฎีนิพนธ์

รูปแบบ: ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีที่วิจัยสำเร็จ). **ชื่อวิทยานิพนธ์.** วิทยานิพนธ์ปริญญา(ระดับ) ชื่อสาขาวิชาสังกัดของสาขาวิชา มหาวิทยาลัย. (ตัวอย่างเช่น)

เข็มทอง ศิริแสงเลิศ. (2540). **การวิเคราะห์ระบบประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน กรุงเทพมหานคร.**ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

2.7.5 รายงานการวิจัย

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). **รายงานการวิจัยเรื่อง .** เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์. (ตัวอย่างเช่น) ชวนพิศ สุทัศน์เสถียร. (2534). **รายงานการวิจัยเรื่อง การใช้และไม่ใช้บริการ กฤตภาคของนักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง.** กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

2.7.6 เอกสารอิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง .(ปี) .**ชื่อเรื่อง.** [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ [วัน เดือน ปี] จาก แหล่งสารสนเทศ.[หรือ URL]] (ตัวอย่างเช่น)

ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2552). **การลงรายการบรรณานุกรมตามกฎ APA Style** [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2552 จาก <http://www.human.cmu.ac.th/~lib/documents/Bliography.pdf>

Urmila, R. & Parlikar, M., S. (2002). **Organizational Citizenship Behaviors** . Retrieved May 20, 2014, from <http://www.worktrauma.org> .

3. การส่งต้นฉบับ

ส่งต้นฉบับพร้อมไฟล์ข้อมูลทางไปรษณีย์ถึงกองบรรณาธิการวารสารฯ ซึ่งมีสำนักงานอยู่ที่คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ตามที่อยู่ด้านล่างนี้ หรือส่งไฟล์ข้อมูลผ่าน E-mail: wisitson@webmail.npru.ac.th

“กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม”

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

85 หมู่ 3 ถนนมาลัยแมน ต.นครปฐม อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

โทรศัพท์. 0-3426-1021-36 ต่อ 3360 โทรสาร 0-3426-1068

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม ติดต่อ

นางสาวอุทัยวรรณ รุ่งทองนรินทร์ โทร. 034-261021-36 ต่อ 3360 โทรสาร 034-261068

แบบฟอร์มการนำส่งบทความ

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.

เรียน บรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
เรื่อง ส่งบทความ

สิ่งที่ส่งมาด้วย

1. บทความจำนวน 3 ชุด
2. ไฟล์ข้อมูลจำนวน 1 แผ่น

ข้าพเจ้า นาย/นาง/นางสาว ชื่อ..... นามสกุล.....

I, Mr./Mrs./Miss Name & Surname.....

ที่อยู่เพื่อการติดต่อโดยละเอียด บ้านเลขที่ ตำบล/แขวง.....

อำเภอ/เขต..... จังหวัด

รหัสไปรษณีย์..... โทรศัพท์เคลื่อนที่.....

โทรศัพท์..... โทรสาร

อีเมล.....

บทความดังกล่าวเป็น

- บทความวิจัย
- บทวิจารณ์หนังสือ
- บทความปริทัศน์
- ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
- เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตร.....

สาขา..... สถาบันการศึกษา.....

ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ชื่อบทความภาษาไทย.....
2. ชื่อบทความภาษาอังกฤษ
3. เจ้าของผลงาน ตำแหน่งทางวิชาการ/ระบุตำแหน่งชื่อ

ชื่อบทความภาษาไทย

คนที่ 1 ชื่อ

(ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

สถาบันการศึกษา/สถานที่ทำงาน.....

.....

คนที่ 2 ชื่อ

(ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

สถาบันการศึกษา/สถานที่ทำงาน.....

.....

คนที่ 3 ชื่อ

(ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

สถาบันการศึกษา/สถานที่ทำงาน.....

.....

สถานที่ติดต่อของผู้ติดต่อของผู้ส่งบทความ (ซึ่งกองบรรณาธิการสามารถติดต่อได้สะดวก)

ที่อยู่ (Contact Info).....แขวง/ตำบล (Sub district)

เขต/อำเภอ (District).....จังหวัด (Province).....

รหัสไปรษณีย์ (Postal code).....

โทรศัพท์ (Telephone).....

โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile)

E-mail:

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ I hereby acknowledge this manuscript

เป็นผลงานของข้าพเจ้าแต่เพียงผู้เดียว (is my original work)

เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ร่วมงานตามที่ระบุในบทความจริง

(is the original work of authors as indicated above)

โดยบทความดังกล่าวไม่เคยตีพิมพ์ และไม่อยู่ระหว่างการเสนอชื่อเพื่อตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน
ข้าพเจ้ายินดีให้กองบรรณาธิการคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาต้นฉบับบทความดังกล่าวได้ตาม
สมควร

This manuscript has never been previously published elsewhere for publication. I
acknowledge that the editorial board reserves the full right to select appropriate peer
reviewers to review my manuscript and to edit it for publication guidelines.

จึงขอส่งบทความมาเพื่อพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

ลงชื่อ

ผู้ส่งบทความ

ใบสมัครสมาชิก
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

กำหนดการออก ปีละ 2 ฉบับ
ค่าสมัครสมาชิก 1 ปี 700 บาท (รวมค่าจัดส่งไปรษณีย์)
จำหน่ายปลีก ฉบับละ 400 บาท
บอกรับตั้งแต่ ปีที่ฉบับที่..... เป็นเวลา.....

ชื่อ.....นามสกุล.....

ที่ทำงาน
.....
.....

โทรศัพท์.....อีเมล์.....

ที่บ้าน
.....
.....

โทรศัพท์.....อีเมล์.....

สถานที่จัดส่ง

ที่ทำงาน

ที่บ้าน

ให้ออกใบเสร็จในนาม.....

โดยส่งจ่าย (ส่งจ่าย ปณ. สนามจันทร์)
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
85 ถนนมาลัยแมน อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73000
โทรศัพท์ 034-261021-36 ต่อ 3360
โทรสาร 034261068

ลงชื่อ.....

วันที่.....เดือน.....ปี.....

ขั้นตอนการจัดทำ

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

