

วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน Journal of Logistics and Supply Chain College

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2558
Vol.1 No.1 January - June 2015

เจ้าของวารสาร

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ที่ปรึกษา

พณฯ กร ทัพพะรังสี

ศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์

รองศาสตราจารย์ ดร.ฤๅเดช เกิดวิชัย

รองศาสตราจารย์ ดร.จุฬา เทียนไทย

รองศาสตราจารย์ ดร.นภาพร ชันธนาภา

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนสุวิทย์ ทับทิมรังษี

รองศาสตราจารย์ ดร.ปรุ่งศักดิ์ อัดพูน

รองศาสตราจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมเดช รุ่งศรีสวัสดิ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เมฆขำ

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.เดือนใจ สมบูรณ์วิวัฒน์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

รองศาสตราจารย์ ดร.ทวีศักดิ์ เทพพิทักษ์

มหาวิทยาลัยบูรพา

รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

รองศาสตราจารย์ ดร.ปรุ่งศักดิ์ อัดพูน

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

รองศาสตราจารย์ ดร.วันชัย รัตนวงษ์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ เจริญชวลกุล

มหาวิทยาลัยบูรพา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิทยา เมฆขำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อังกูร ลาภธนศ

มหาวิทยาลัยศรีปทุม

อาจารย์ ดร.ฉัตรรัตน์ โหตระไวศยะ

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

อาจารย์ ดร.เบญจพันธ์ มีเงิน

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

อาจารย์ ดร.ปรีชา วรารัตน์ไชย

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

อาจารย์ ดร.ชิดพงษ์ อัยสานนท์

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

อาจารย์ ดร.รชฏ ขำบุญ

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

อาจารย์ ดร.นันท์ สุทธิการณัญญ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ฝ่ายประสานงาน

นางสาวสุนทรี พัชรประทีป

นายวีระเชษฐ์ มั่งแว่น

นางสาวจิราพร พลทองมาก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริม และเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ หรือผลงานวิจัยที่มีคุณภาพ ด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์
2. เพื่อเป็นสื่อในการนำเสนอ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์
3. เพื่อเป็นแหล่งศึกษาค้นคว้าทางวิชาการใหม่ๆ ด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์

กำหนดเผยแพร่

ราย 6 เดือน ปีละ 2 ฉบับ (มกราคม - มิถุนายน, กรกฎาคม - ธันวาคม)

การเผยแพร่

วารสารการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน จัดส่งให้กับ หอสมุดแห่งชาติ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) สำนักงานคณะกรรมการการศึกษา (สกอ.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) และห้องสมุดสถาบันการศึกษาทั่วไป

การบอกรับสมาชิก

ผู้สนใจบอกรับเป็นสมาชิกได้ที่ กองบรรณาธิการวารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน อัตราค่าสมาชิกรายปี (2 ฉบับ) 300 บาท

สำนักงาน

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ศูนย์การศึกษาจังหวัดจังหวัดนครปฐม เลขที่ 111/3-5 หมู่ที่ 2 ตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โทรศัพท์ 034-964917

E-mail: logisticjournal2016@gmail.com

Website: <http://cls.ssru.ac.th>

บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน ได้รับการตรวจสอบทางด้านวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกตรงตามสาขา จำนวน 2 ท่าน และบทความในวารสาร เป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนซึ่งทางกองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย การนำบทความในวารสารนี้ไปเผยแพร่สามารถทำได้โดยให้ระบุแหล่งอ้างอิง จากวารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน



ออกแบบปกโดย น.ส.วรฤทัย กุลแพทย์

สารจากคณบดี วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

ตามที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ให้ความสำคัญด้านการวิจัย ทั้งการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่ การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอน การวิจัยสถาบัน และการวิจัยประยุกต์ โดยส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างงานวิจัยของบุคลากรของมหาวิทยาลัย ตลอดจนบุคลากรทางการศึกษาทั่วไป เพื่อให้ผลิตงานวิจัยที่มีคุณค่าต่อสังคม รวมทั้งส่งเสริมให้เกิดการเผยแพร่ผลงานวิจัยที่มีประโยชน์สู่สาธารณะ เพื่อก่อให้เกิดการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ด้านวิชาการ และการพัฒนา การต่อยอดสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์หรืออุตสาหกรรม

จากความสำคัญข้างต้น วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา จึงได้จัดทำ วารสารวิชาการและวิจัยวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน เพื่อเป็นเวทีเผยแพร่ผลงานวิจัยและผลงานบริการวิชาการ ของบุคลากรทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย เพื่อให้ให้นักวิจัย คณาจารย์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาได้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้สู่สาธารณชน โดยนำเสนอผลงานวิจัยที่เป็นประโยชน์

ทำนนี้ วารสารฉบับนี้เป็นฉบับปฐมฤกษ์ในการเริ่มต้นของวารสารวิทยาลัย จึงขอให้นักวิจัย คณาจารย์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาส่งบทความที่มีคุณภาพดี มาแนะนำอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้วารสารวิชาการและวิจัยวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน เป็นช่องทางที่จะเผยแพร่ผลงานวิจัย บทความวิชาการ และบทความวิจัยต่างๆ สู่สังคม อันเป็นการสร้างเครือข่ายงานวิจัยให้กับนักวิจัย และผู้ที่สนใจ



คมสัน โสมณวัตร

คณบดีวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

สารจากบรรณาธิการ

วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชนฉบับนี้เป็นปีที่ 1 ฉบับที่ 1 ของวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน โดยผู้บริหารวิทยาลัยฯ มีดำริที่จะให้เป็นช่องทางในการนำเสนอผลงานวิจัย ของนักศึกษาในระดับบัณฑิตวิทยาลัยและคณาจารย์ที่มีบทความวิชาการ หรือบทความวิจัยที่อยู่ในระดับดีสามารถนำออกเผยแพร่สู่สาธารณชนได้อีกทางหนึ่งเป็นการสนองตอบต่อเป้าหมายของวิทยาลัยที่ต้องการให้อาจารย์มีผลงานการตีพิมพ์ได้มากที่สุดโดยบทความต่างๆที่ส่งเข้ามาทุกบทความจะได้รับการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อนำไปสู่การแก้ไขให้บทความนั้นๆมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้บทความมีมาตรฐานทัดเทียมกับวารสารที่อยู่ในฐาน TCI. และเป็นการเตรียมพร้อมของวารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชนที่จะนำเข้าสู่ฐานในโอกาสข้างหน้า

กองบรรณาธิการวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชนยินดีที่จะรับบทความดังกล่าวจากนักวิจัยต่างสถาบันที่ต้องการเผยแพร่งานวิจัยและหวังว่าวารสารเล่มนี้จะเป็นประโยชน์แก่บุคลากรในวิทยาลัยฯ นักวิจัย และผู้สนใจทั่วไปเพื่อเป็นข้อมูลในการสืบค้น และอ้างอิงในงานวิจัยต่อไป.

ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด

บรรณาธิการวารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

CONTENTS

สารบัญ

วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
Journal of Logistics and Supply Chain College

สารจากคณบดี วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน		การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการจัดการเรียน แบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือ ต่อพฤติกรรมการเรียนรู้และความพึงพอใจ ในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษสำหรับ นักรัฐศาสตร์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา 57
สารจากบรรณาธิการ		เพ็ญศรี จารุกำเนิดกนก
บทความวิจัย		
ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการออมของชุมชน : กรณีศึกษา ทำน้ำสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 5		
บุญยาพร ภูทอง		
ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทาง ประชากรศาสตร์กับปัจจัยส่วนประสม ทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ ปุ๋ยอินทรีย์ 15		
อนุช นามภิญโญ		
ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการ ขนส่งด้วยตู้คอนเทนเนอร์ : กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรม ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร 26		
ดวงใจ จันทร์ดาแสง		
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของ ผู้ใช้บริการ : กรณีศึกษา สถานีขนส่งสินค้า พุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 33		
สุริยะ ปั่นทอง		
Types of digital marketing tactics affecting expected benefits:A case study of B2C businesses in bangkok. 43		
WISSAWA AUNYAWONG		
		การศึกษาสาเหตุการลาออกกลางคันของ นักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ และหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นสูง กรณีศึกษา : วิทยาลัยเทคโนโลยี วิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 67
		สุตรารัตน์ พิมลรัตนกานต์
		คุณภาพของการให้บริการน้ำประปา ของเทศบาล ตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 80
		อารมย์ อำนวย สรรค์ชัย กิตติยานันท์
		การศึกษาผลการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ทำอากาศยานสุวรรณภูมิ 88
		ชัชพล ชีระวุฒิ
		ศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพของ การเดินขบวนรถไฟชานเมือง จากเส้นทาง กรุงเทพฯ- ฉะเชิงเทรา-กรุงเทพฯ 101
		จัดตรงค์ เพลินหัด

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการออมของชุมชน : กรณีศึกษา ทำน้าสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร Factors affecting the savings of the community : Case study in Tha Nam Samsen , Dusit, Bangkok

บุญยาพร ภูทอง¹

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการออมของชุมชนทำน้าสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษารูปแบบการออมชุมชนทำน้าสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 3) เพื่อพัฒนาพฤติกรรมการออมของเยาวชนในชุมชนทำน้าสามเสน โดยใช้แรงจูงใจเพื่อการพัฒนา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ศึกษาวิจัยกลุ่ม ประชากรชุมชนทำน้าสามเสน โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 126 คน จากผลการวิจัย พบว่าความเห็น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมของเยาวชนชุมชนทำน้าสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร โดยสรุปจากการสำรวจเชิงปริมาณ รูปแบบของการออม จำนวนเงินที่ออม โดยวิธีการออม มีการออมเมื่อรับรายได้ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 26.99 รองลงมา ออมทุกปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 รองลงมา ออมทุกเดือน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 20.63 การกำหนดวัตถุประสงค์ของการออม ส่วนใหญ่เพื่อเป็นหลักประกันความมั่นคง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 34.92 รองลงมา เพื่อเก็บไว้ในยามเจ็บป่วย/ชรา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 28.58 รองลงมาเพื่อกิจกรรมทางศาสนา จำนวน 15 คน โดยมีรูปแบบการออมเงินกับสถาบันการเงินส่วนมาก สลากออมสิน/รทส. จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78 รองลงมา กองทุนประกันสังคมจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 24.60 รองลงมาประกันชีวิต จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 19.84 สู้ตาย เงินฝากประเภทต่าง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.58 ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมของประชากร“ด้านทำเลที่ตั้งของสถาบันการเงิน” มีกลุ่มประชากรให้ค่าสูงที่สุดร้อยละ 78.58 ตามด้วย “ด้านผลตอบแทนของการออม” มีค่าอยู่ร้อยละ 56.34 รองลงมา ตามด้วย และ“ด้านรายได้” มีค่าอยู่ร้อยละ 48.41

ผลการวิจัย พบว่าข้อมูลด้านพฤติกรรมการออมของเยาวชนชุมชนทำน้าสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ด้านทำเลที่ตั้งของสถาบันการเงินมีผลต่อการเลือกใช้รูปแบบการออมของชุมชนทำน้าสามเสน ด้านผลตอบแทนของการออม ก็เป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความต้องการของการออมของชุมชนทำน้าสามเสน

คำสำคัญ : การออมของชุมชน, ทำน้าสามเสน

¹สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Abstract

This research study aims 1) to identify factors affecting the savings of the community Num Samsen, Dusit, Bangkok, 2) to study the savings of the community Num Samsen, Dusit, Bangkok. 3) to develop savings behavior of youth in the community Pier Rd. The motivation for the development, Dusit, Bangkok. The survey (Survey Research) research group. Num Samsen Community population have savings. Information collected through questionnaires to a sample of 126 people from the findings. Found that the comments The factors that affect the marketing strategy of the retail community Num Samsen, Dusit, Bangkok. The percentage is the best in its class. In summary, from a quantitative survey. “The prime location of the financial institution” has the highest population. Which is 78.58 per cent, followed by “the return of the savings” with 56.34 percent, followed by “income” with 48.41 percent, followed by a minor. The results showed that the factors that affect the marketing strategy of the retail community Num Samsen, Dusit, Bangkok. The location of financial institutions affect the option of saving the community’s waterfront Rd. The return of saving It is what causes the needs of the community savings Pier Rd.

Keywords: the savings of the community, Tha Nam Samsen

บทนำ

เงินออม ถือเป็นเงินทุนที่สำคัญต่อการลงทุนของประเทศ ซึ่งเป็นรากฐานและปัจจัยสำคัญที่กำหนดการลงทุนให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโต สร้างเสถียรภาพและลดความผันผวนทางเศรษฐกิจได้ เนื่องจากการออมในระดับสูงจะทำให้การลงทุนในประเทศไม่ต้องอาศัยเงินทุนจากต่างประเทศมากนัก แม้เศรษฐกิจจะถดถอยก็สามารถพึ่งพาการออมในประเทศได้ ทำให้พัฒนาเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่อง

ตั้งแต่ประเทศไทยเริ่มใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในปี พ.ศ.2504 เป็นต้นมา ระบบเศรษฐกิจของไทยได้ประสบปัญหาการขาดแคลนเงินออมมาโดยตลอด และจำเป็นต้องพึ่งพาแหล่งเงินจากต่างประเทศในการพัฒนารูปแบบต่างๆ ทำให้การขาดดุลของบัญชีเดินสะพัดก็เพิ่มขึ้นอย่างมาก ในระหว่างปี พ.ศ.2539-2540 ประเทศไทยประสบปัญหา

เศรษฐกิจตกต่ำและวิกฤตการณ์ทางการเงิน (วิกฤตต้มยำกุ้ง) มีการไหลออกของเงินทุนต่างประเทศซึ่งกระทบถึงความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจของไทยมาก จากข้อมูลการออมและการลงทุนต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP: Gross Domestic Product) ในช่วงก่อนและหลังวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจที่ผ่านมา พบว่าเกิดความแตกต่างระหว่างการออม และการลงทุน (การออมลบการลงทุน) โดยการออมมีไม่เพียงพอต่อการลงทุน (ในปี 2532-2540) อันเป็นผลสืบเนื่องมาจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจปี 2540 ที่ทำให้ธุรกิจจำนวนมากต้องปิดกิจการแบะเลิกจ้างงาน ประชาชนทั่วไปก็มีการระมัดระวังในการใช้จ่ายมากขึ้น ทำให้ระดับการออมมีเพิ่มขึ้นมากกว่าปกติ (สนธยานริสศิริกุล, 2535) ในปี พ.ศ.2541 คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติตามที่กระทรวงการคลังเสนอ กำหนดให้วันที่ 31 ตุลาคม ของทุกปี เป็น “วันออมแห่งชาติ” โดยไม่ถือเป็นวันหยุดราชการ พร้อมทั้งให้มีการจัดสัปดาห์

ส่งเสริมวัฒนธรรมการออมของชาติ ในช่วงวันที่ 31 ตุลาคม ถึงวันที่ 7 พฤศจิกายนของทุกปีทั้งนี้เพื่อให้การรณรงค์ส่งเสริมการประหยัดและการออมเป็นรูปธรรมขึ้น ทำให้ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการประหยัดและรู้จักเก็บออมอย่างต่อเนื่อง ส่งผลต่อความมั่นคงในการดำรงชีวิต เศรษฐกิจ และประเทศชาติ หลังจากวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 สถานการณ์ได้คลี่คลายไปในแนวทางที่ดีขึ้นอย่างช้าๆ ประเทศไทยสามารถทยอยคืนเงินกู้แก่กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF: International Monetary Fund) และค่อยๆ พัฒนาจากการอยู่รอดมุ่งไปสู่ความยั่งยืน โดยอาศัยการพึ่งพาปัจจัยภายนอกคู่กับปัจจัยภายใน โดยมีเป้าหมายที่สำคัญคือการรักษาและสร้างเสถียรภาพเศรษฐกิจ ให้มีความยั่งยืน (ประยงค์ คูศิริสิน, 2550)

ในปี พ.ศ.2552 ประเทศไทยต้องเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจโลกอันเป็นผลมาจาก ปัญหาซับไพร์มในสหรัฐอเมริกา โดยวิกฤตเริ่มมาตั้งแต่ประมาณ สิงหาคม 2549 และทวีความรุนแรงมากขึ้น ในสหรัฐอเมริกาเกิดคนว่างงาน และบริษัทชั้นนำของโลกขาดสภาพคล่องเป็นจำนวนมาก จนอาจเกิดการล้มละลายถึงแม้จะไม่ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยก็ตามแต่ได้ส่งผลกระทบโดยอ้อมต่อประเทศไทยเนื่องจากยุโรปและอเมริกาเป็นตลาดรองรับสินค้ารายใหญ่ของประเทศไทยเมื่อประชาชนของเขามีกำลังซื้อที่ลดลงประเทศไทยก็ส่งออกได้น้อยลงก็อาจส่งผลต่อดุลการค้าระหว่างประเทศจนทำให้ขาดสภาพคล่องได้ในที่สุด (พิสิฐ ลี้อาธรรม, 2551)

การบริหารประเทศระยะต่อระยะต่อมารัฐบาลได้นำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) ซึ่งเป็นแผนที่ได้อัญเชิญแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงตามพระราชดำรัสของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาใช้เป็นปรัชญานำทางในการพัฒนา โดยยึดหลักทางสายกลางเพื่อให้ประเทศรอดพ้นวิกฤต สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคง และนำไปสู่การพัฒนาที่สมดุล มีคุณภาพและยั่งยืน ภายใต

กระแสโลกาภิวัตน์และสถานการณ์เปลี่ยนแปลงต่างๆ มุ่งการพัฒนาประเทศในอนาคต 20 ปี มีจุดมุ่งหมายเน้นการแก้ปัญหาความยากจน และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนส่วนใหญ่ในประเทศให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ความอยู่ดีมีสุขของคนไทยและการสร้างค่านิยมที่ช่วยให้คนไทยตระหนักถึงความจำเป็นและปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานโดยยึด “ปรัชญานำทาง ยึดทางสายกลางอยู่บนพื้นฐานของความสมดุล พอดี และความพอประมาณอย่างมีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน ตามโลกได้อย่างรู้เท่าทัน ทำให้เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลงระบบบริหารจัดการประเทศแนวใหม่ที่มุ่งสู่ประสิทธิภาพและคุณภาพ” (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2554) ในข้อที่ 3 การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและการแข่งขันได้ในช่วงศตวรรษแห่งเอเชีย ปรับฐานเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็ง โดยบริหารเศรษฐกิจมหภาคให้มีเสถียรภาพลดการพึ่งพาจากภายนอกและพึ่งพาตนเองให้มากขึ้น เสริมสร้างความเข้มแข็งภาคการผลิต ควบคู่กับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์ พลังงานและบริหารองค์ความรู้และกลไกที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552)

ในปี พ.ศ. 2553 ประเทศไทยประสบกับปัญหาทางการเมืองครั้งสำคัญ ครั้งหนึ่งในประวัติศาสตร์ชาติไทยมีการชุมนุมทางการเมืองบริเวณใจกลางเมืองกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่เศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ ทำให้หลายประเทศทั่วโลกประกาศห้ามคนในชาติตัวเองเดินทางเข้ามาในประเทศไทย ส่งผลให้ประเทศไทยสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมหาศาล รวมถึงมีการเผาศูนย์การค้าหลายแห่ง โดยยังสรุปไม่ได้ว่าเป็น การก่อการร้าย การจลาจล อันจะส่งผลสำคัญที่บริษัทประกันภัยที่ประกันภัยจะใช้เป็นข้อมูลและเหตุผลที่จะจ่ายหรือไม่จ่าย เงินประกัน

อันอาจส่งผลในเรื่องการขาดแคลนเงินทุน เพื่อใช้
บูรณะสถานที่เหล่านั้นให้กลับมาเป็นปกติเหมือนเดิม

ด้วยเหตุผลจากการวิจัยพบปัญหาของ เรื่อง
พัฒนาพฤติกรรมกรรมการออมของเยาวชน:กรณีทำน้ำ
สามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร เป็นการวิเคราะห์
ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการออมของเยาวชน ทำน้ำ
สามเสน ซึ่งเป็นผลกระทบมาจากดุลบัญชีเดินสะพัดที่
ก่อให้เกิดปัญหาด้านเสถียรภาพทางเศรษฐกิจทาง
ผู้วิจัยทางมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา วิทยาลัย
โลจิสติกส์และซัพพลายเชน มีนโยบายในการดูแล
ขับเคลื่อนให้เป็นชุมชนเข้มแข็งสามารถพึ่งพาตนเอง
ได้ ดังนั้นการออมจึงเป็นสิ่งที่ควรปลูกฝังให้เกิดอย่าง
ต่อเนื่อง โดยพยายามรณรงค์ให้ภาคร้านค้าปลีก ภาค
ครัวเรือนมีการออมต่อเนื่องผ่านระบบสถาบันการเงิน
เพิ่มขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2552)

1.1 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย (Objective of the research)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการออมของ
ชุมชนทำน้ำสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษารูปแบบการออมเยาวชนของ
ชมในชุมชนทำน้ำสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อพัฒนาพฤติกรรมกรรมการออมของ
เยาวชนในชุมชนทำน้ำสามเสน โดยใช้แรงจูงใจเพื่อ
การพัฒนา เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

1.2 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มี
ผลกระทบต่อการออมของชุมชนทำน้ำสามเสน ในเขต
ดุสิต กรุงเทพมหานคร รวมถึงสามารถนำข้อมูลไปใช้
เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายของสถาบัน
การเงิน หน่วยงานรัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและ
ภาคครัวเรือนชุมชนทำน้ำสามเสน สามารถนำข้อมูล
ที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางในการออมเพื่อให้เกิดประโยชน์
สูงสุดแก่ครอบครัว

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.5.1 ขอบเขตในการศึกษาครั้งนี้ศึกษา
ถึงรูปแบบการออมทั้งในระบบและนอกระบบ
พฤติกรรมต่างๆ ในการออมเงิน รวมไปถึงปัจจัยต่างๆ
ที่มีผลต่อการตัดสินใจออมของเยาวชน ในชุมชนทำน้ำ
สามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการทาง
สถิติแบบพรรณนาในการวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่าง

1.5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา: การศึกษา
ครั้งนี้ มุ่งศึกษาพัฒนาพฤติกรรมกรรมการออมของเยาวชน
ในชุมชนทำน้ำสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร โดย
ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมของเยาวชนในชุมชน
ทำน้ำสามเสน ซึ่งได้แก่ ด้านรายได้ ด้านผลิตภัณฑ์ของ
การออม ด้านผลตอบแทนของการออม ด้านทำเลที่ตั้ง
ของสถาบันการเงิน และด้านการส่งเสริมการตลาดของ
สถาบันการเงิน และรูปแบบของการออม ได้แก่
จำนวนเงินที่ออม วิธีการออม วัตถุประสงค์ของการ
ออม และออมในรูปแบบใดบ้างกับสถาบันการเงิน

1.5.3 ขอบเขตด้านตัวแปรที่ศึกษา :
ประกอบด้วยตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม

1.5.3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

- ลักษณะของประชากรชุมชนทำน้ำสามเสน
เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ
จำนวนบุตรที่อยู่ในความดูแล

1.5.3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

- ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมของเยาวชนใน
ชุมชนทำน้ำสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ใน
ด้านรายได้ ด้านผลิตภัณฑ์ของการออม ด้านผล
ตอบแทนของการออม ด้านทำเลที่ตั้งของสถาบันการเงิน
และด้านการส่งเสริมการตลาดของสถาบันการเงิน

- รูปแบบของการออมของชุมชนทำน้ำสามเสน
เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ได้แก่ จำนวนเงินที่ออม วิธี
การออม วัตถุประสงค์ของการออมและออมในรูปแบบ
ใดบ้างกับสถาบันการเงิน

1.5.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา
ศึกษาและเก็บข้อมูลตลอดปีงบประมาณ 2558

วิธีดำเนินงานวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรที่เป็นทั้งเพศชายและหญิง อายุ 20 ปี ขึ้นไป เนื่องจากการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาและวิเคราะห์กลยุทธ์ค้าปลีก และปัจจัยที่ส่งผลต่อกลยุทธ์ค้าปลีก เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการตลาดค้าปลีกชุมชนทำน้าสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร จึงทำการกำหนดกลุ่มตัวอย่างกลุ่มเป้าหมายทั้งสิ้น 126 คน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.2 เครื่องมือและคุณภาพเครื่องมือ

3.2.1 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพใช้แบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้น มีขั้นตอนในการสร้างดังนี้

1) ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะทำการศึกษา โดยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎี ตลอดจนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลยุทธ์ค้าปลีก การบริหารจัดการธุรกิจค้าปลีก

2) ศึกษาวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากลยุทธ์ค้าปลีก และแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาและสนับสนุนร้านค้าปลีกในชุมชน เขตกรุงเทพมหานคร

3) ศึกษาถึงขั้นตอนการดำเนินงานของร้านค้าปลีก และหน้าที่ความรับผิดชอบต่อชุมชน

4) สร้างแบบสัมภาษณ์และนำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จำนวน 5 ท่าน

5) ปรับปรุงแบบสอบถามสัมภาษณ์ตามข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ และนำไปใช้ในการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

3.2.2 ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) โดยมีประเด็นคำถามหลักสำคัญในการสัมภาษณ์โดยจะไม่นำข้อมูลมาวิเคราะห์ในภาพแบบสถิติ โดยเครื่องมือในการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจการร้านค้าปลีกเป็นแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง จำนวน 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ลักษณะทั่วไปของประชากรชุมชนทำน้าสามเสน

ส่วน 2 รูปแบบของการออมของชุมชนทำน้าสามเสนในเรื่อง จำนวนเงินที่ออม วิธีการของการออม วัตถุประสงค์ของการออม และ ออมในรูปแบบใดบ้าง กับสถาบันการเงิน

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมของเยาวชนชุมชนทำน้าสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการโดยชี้แจงให้กลุ่มตัวอย่างทราบถึงจุดมุ่งหมายในการวิจัยครั้งนี้ และดำเนินการสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus Group) และสังเกตปฏิบัติการสัมภาษณ์ อารมณ์ ตลอดจนความรู้สึกจากน้ำเสียงและสีหน้า เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงลึกอย่างละเอียด นอกจากนี้ผู้วิจัยจะขออนุญาตกลุ่มตัวอย่างเพื่อบันทึกเทปการสัมภาษณ์เพื่อเก็บรายละเอียดในการสัมภาษณ์ให้ได้มากที่สุด และดำเนินการจดบันทึกข้อมูลดิบและตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลอย่างละเอียด

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) เพื่อกำหนดหัวข้อ/กลุ่มหัวข้อแนวคิดสำคัญ (topic/category) และแบบแผนแนวคิดสำคัญอันเป็นประเด็นของการวิจัย (pattern/themes)

3.5 ระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดการวิจัย

งานวิจัยนี้จะศึกษาพฤติกรรมการตลาดค้าปลีกของชุมชนทำน้าสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร และจะดำเนินการวิจัยให้เสร็จสิ้นภายในระยะเวลา 1 ปี หลังได้รับการอนุมัติให้ดำเนินการวิจัย

ผลการศึกษา

วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น ลักษณะทั่วไปของประชากรชุมชนทำน้าสามเสน กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 64.29 และเพศชาย จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 35.71 โดยมีอายุอยู่ในช่วง 26-30 ปี จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 40.48 และรองลงมาคือช่วงอายุ 31-35 ปี จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 28.57 และช่วงอายุ 36-40 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 15.08 อันรองลงมา 41 ปีขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 10.32 ดับสุดท้ายคือช่วงอายุ 22-25 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.56 ส่วนในการมีสถานภาพ โสด จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 61.11 รองลงมาคือสถานสมรส จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 34.92 และสถานภาพหย่า 5 คนคิดเป็นร้อยละ 3.97 โดยระดับการศึกษาจบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 80.16 รองลงมาจบการศึกษาระดับปริญญาโท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 12.70 และจบปวช.ปวส. จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.14 ส่วนมากมีเจ้าของธุรกิจ จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.5 รองลงมาคืออาชีพรับจ้าง จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 และอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 18.75 อันดับสุดท้ายคืออาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.25 และยังมีจำนวนบุตรอยู่ในความดูแล จำนวน 3 คน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78 ต่อมามีบุตรที่อยู่ในความดูแล จำนวน 2 คน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 26.98 และอันดับต่อมาคือมีบุตรที่อยู่ในความดูแล จำนวน 1 คน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 รองลงมา จำนวน 4 คน 21 คนคิด

เป็นร้อยละ 16.67 รองลงมากว่า 5 คนขึ้นไป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.94 สุดท้ายไม่มีบุตร จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.96

ส่วน 2 รูปแบบของการออมของชุมชนทำน้าสามเสนในเรื่อง จำนวนเงินที่ออม วิธีการของการออมวัตถุประสงค์ของการออม และออมในรูปแบบใดบ้างกับสถาบันการเงิน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่ตอบแบบสอบถามจำนวนบุตรที่อยู่ในความดูแล มีการออม 10,001-15,000 จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78 รองลงมา 5,001-10,000 จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 รองลงมามากกว่า 15,000 จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 24.60 รองลงมา 1,001-5,000 จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 19.84 สุดท้ายไม่เกิน 1,000 จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.58 โดยมีวิธีการออม มีการออมเมื่อรับรายได้ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 26.99 รองลงมา ออมทุกปี จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 รองลงมา ออมทุกเดือน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 20.63 รองลงมาออมเมื่อมีเงินเหลือ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.90 รองลงมา ออมทุกวัน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.93 สุดท้ายแล้วแต่โอกาส จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 6.35 การกำหนดวัตถุประสงค์ของการออม ส่วนใหญ่เพื่อเป็นหลักประกันความมั่นคง จำนวน 44 คน คิดเป็น ร้อยละ 34.92 รองลงมา เพื่อเก็บไว้ในยามเจ็บป่วย/ชรา จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 28.58 รองลงมาเพื่อกิจกรรมทางศาสนา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.91 รองลงมาเพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 9.52 รองลงมา เพื่อหาผลตอบแทนจากเงินออมจำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 7.93 สุดท้ายออมเพื่อลดหย่อนภาษีส่วนบุคคล จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 7.14 โดยมากมีรูปแบบการออมเงินกับสถาบันการเงินส่วนมากสลากออมสิน/ธกส. จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 27.78 รองลงมา กองทุนประกัน

สังคมจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 รองลงมา กองทุนสำรองเลี้ยงชีพจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 24.60 รองลงมาประกันชีวิต จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 19.84 สุดท้าย เงินฝากประเภทต่าง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.58

ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมของประชากร ชุมชนทำน้าสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

• ด้านรายได้

การศึกษาปัจจัยด้านรายได้ เงินเดือนประจำ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 48.41 รองลงมา งานพิเศษ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 31.74 และสุดท้าย ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 19.85

• ด้านผลิตภัณฑ์การออม

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การออม ทำให้เงินออมมีความปลอดภัยไม่ลดมูลค่า จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมา สามารถนำไปค้าประกันได้ตามกฎหมาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 23.81 รองลงมา เปลี่ยนเป็นเงินสดได้ง่าย จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 17.46 รองลงมา มีให้เลือกหลายรูปแบบ จำนวน 21 คนคิดเป็นร้อยละ 16.67 และสุดท้ายช่วยลดหย่อนภาษี จำนวน 11 คน คิดเป็นจำนวน 8.73

• ด้านผลตอบแทนของการออม

ปัจจัยด้านผลตอบแทนของการออม อัตราผลตอบแทนที่ได้รับ จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 56.34 และเวลาในการรับผลตอบแทน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 43.66

• ด้านทำเลที่ตั้งของสถาบันการเงิน

ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของสถาบันการเงิน ตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 78.58 และมีอาคารสถานที่สะอาดและทันสมัย จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 21.42

• ด้านการส่งเสริมการตลาดของสถาบันการเงิน

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของสถาบันการเงิน ส่วนใหญ่มีการณรงค์การออมผ่านสื่อ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 38.09 รองลงมา มีของที่ระลึกแจกเมื่อเข้าไปติดต่อเรื่องการออม จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 17.47 รองลงมา มีเจ้าหน้าที่มาเยี่ยมถึงบ้านเชิญเชิญให้ออมเงิน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 17.47 รองลงมา การมีเอกสารอธิบายประโยชน์ของการออม จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 15.87 และสุดท้าย การจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นการออม จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.90

อภิปรายผลการศึกษา

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ทำการศึกษา ค้นคว้าและรวบรวมแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับอุปสงค์ต่อการออม และความคิดเห็น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิจัยครั้งนี้ ให้สอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ บุรินทร์ แสงแก้ว (2553) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมของพ่อค้าแม่ค้าในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการออม พฤติกรรม และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมของพ่อค้าแม่ค้าในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเชียงรายซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้จากการเก็บแบบสอบถามจากพ่อค้าแม่ค้าในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเชียงราย โดยศึกษาปัจจัยด้านรายได้คือรายรับและรายจ่ายพบว่าทั้งสองปัจจัยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมมากคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การออม คือรูปแบบการออม การเปลี่ยนเป็นเงินสดง่าย และนำไปค้าประกันได้ตามกฎหมาย เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลปานกลาง ส่วนปัจจัยที่ทำให้เงินออมมีความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมของพ่อค้า แม่ค้ามาก ปัจจัยผลตอบแทนมีอิทธิพลมากเช่นกัน ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งของสถาบันการเงินก็มีอิทธิพลมาก ปัจจัยด้านการส่งเสริมกิจกรรมมีอิทธิพลต่อพ่อค้า แม่ค้าปานกลาง และปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น

อัตราเงินเฟ้อ นโยบายของรัฐมีอิทธิพลต่อพ่อค้า แม่ค้า ปานกลาง

ประยงค์ คูศิริสิน (2551) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการออมของครัวเรือนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าครัวเรือนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่จำนวน 331 ครัวเรือนคิดเป็น ร้อยละ 82.8 ของกลุ่มตัวอย่างมีการออม ส่วนครัวเรือนที่เหลืออีก 69 ครัวเรือนคิดเป็นร้อยละ 17.2 ของกลุ่มตัวอย่าง ไม่มีการออมเนื่องจากการที่มีภาระรายจ่ายมาก เมื่อศึกษาในส่วนของครัวเรือนที่มีการออม 331 ครัวเรือน พบว่าหัวหน้าครัวเรือนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 46-50 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส หัวหน้าครัวเรือนส่วนใหญ่มีอาชีพหลักคือการค้าขายมีอาชีพรองคือการรับจ้าง อาชีพหลักของคู่สมรสคือการรับจ้าง จำนวนบุตรที่อยู่ในการดูแล 2 คนรายได้รวมของครัวเรือน 30,001-40,000 บาทต่อเดือนรายจ่ายรวมของครัวเรือน 30,001-40,000 บาทต่อเดือน ภาระรายจ่ายของครัวเรือนส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายด้านอาหาร เสื้อผ้า-ของใช้ โดยมีการใช้บัตรเครดิตเพื่อ ชำระค่าใช้จ่าย ซึ่งครัวเรือนส่วนใหญ่มีบัตรเครดิต 2 ใบ และในการใช้บัตรเครดิตแต่ละครั้งมีการคิดถึงภาระหนี้สินที่จะตามมาก่อนใช้ โดยมีหนี้สินรวมของครัวเรือน 100,001-500,000 บาท และภาระหนี้สินส่วนใหญ่ของครัวเรือนเป็นหนี้สินประเภทหนี้บัตรเครดิต รัชนิบูลย์ ลี้มปัญญาเลิศ (2553) ศึกษาพฤติกรรมการออมของประชากรในชุมชนเทศบาลเมืองลพบุรี ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการออมของประชากรอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ จำนวนสมาชิกในครอบครัวความมั่งคั่ง การเป็นแบบอย่าง รายได้ต่อเดือน ภาระหนี้สิน และทรัพย์สินที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อพฤติกรรมการออม นอกจากนี้ยังพบว่าระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส เป้าหมายการออม การมีระเบียบวินัย และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการออมอย่างมีนัย

สำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยศึกษาพฤติกรรมการออมของประชาชน ศึกษาปัจจัยทางสังคม และปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของประชาชนชุมชนเทศบาลเมืองลพบุรี มีกลุ่มตัวอย่าง 390 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่การทดสอบแบบทีเพื่อหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยตัวแปร 2 กลุ่ม การวิเคราะห์แบบแปรปรวนเพื่อหาความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยตัวแปร 3 กลุ่มขึ้นไป และหาความเชื่อมั่นของแบบวัด โดยวิธีของครอนบาคได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามพฤติกรรมการออมเท่ากับ 0.89 พนม กิตติวง (2543) ได้ศึกษาถึงพฤติกรรมการออมของครัวเรือนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่ พบว่า รูปแบบการออมของครัวเรือนยังให้ความสำคัญกับการออมกับสถาบันการเงินค่อนข้างสูง รองลงมาจะออมในรูปของกรรมธรรม์ ประกันชีวิต การฝากแชร์ การซื้อหลักทรัพย์ การซื้อพันธบัตร และสลากของธนาคาร ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมของครัวเรือนพบว่ามีตัวแปร 2 ตัวแปรคือ รายได้ของครัวเรือน และอายุของหัวหน้าครัวเรือน สำหรับแนวโน้มการออมของครัวเรือนในอนาคต พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่คาดว่าจะออม โดยให้ความสำคัญในด้านความมั่นคง และผลตอบแทน ไพโรจน์ เจริญจิตร (2543) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่ผลต่อพฤติกรรมการออมของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า พฤติกรรมการออมของกลุ่มตัวอย่างมีความถี่ในการออมไม่แน่นอน วัตถุประสงค์ในการออมเพื่อเก็บไว้ใช้จ่ายเวลาเจ็บป่วย รูปแบบการออมส่วนใหญ่เป็นแบบเงินฝากออมทรัพย์ โดยเลือกการออมทรัพย์กับธนาคารพาณิชย์เพราะมีความมั่นคง ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ระดับรายได้ และอาชีพ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการออมของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่สนธยา นริสศิริกุล (2535) ได้ศึกษาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการออมและปัจจัยที่มีผลต่อ

การออมภาคครัวเรือนไทย ในปี 2517-2533 โดยการ
ออกแบบสอบถาม 560 ครัวเรือน ผลการศึกษา
พฤติกรรมออมในรูปแบบต่างๆ พบว่าปัจจัยที่
กำหนดการออมของครัวเรือนอย่างมีนัยสำคัญคือ
รายได้ต่อหัวจากแรงงาน และอัตราผลตอบแทนที่คาด
ว่าจะได้รับจากสินทรัพย์ทางการเงินและสินทรัพย์
ถาวรสุทธิ สำหรับเหตุผลในการออมในระบบสถาบัน
การเงินขึ้นอยู่กับความพอใจในบริการต่างๆ และความ
เสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น ส่วนการออมนอกสถาบันการเงิน
ขึ้นอยู่กับผลตอบแทนที่ได้รับมากกว่าการออมใน
สถาบันการเงินทางด้านวัตถุประสงค์ในการออม ส่วน
ใหญ่ต้องการออมเงินไว้ใช้ในยามชรา เพื่อใช้เป็นทุน
การศึกษา การรักษาพยาบาลและเพื่อซื้ออสังหา
ริมทรัพย์ ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการออมของครัวเรือนที่
มีนัยสำคัญ คือรายได้ต่อหัวจากแรงงาน อัตราผล
ตอบแทนที่คาดว่าจะได้รับจากสินทรัพย์ทางการเงิน
และสินทรัพย์ถาวรสุทธิ

ข้อเสนอแนะ

1. การเสริมรายได้ที่มั่นคงให้ประชาชน ตลอดจน
ปลูกฝังให้ทั้งเยาวชนและผู้ใหญ่มีความรักและมี

วินัยในการออม การประหยัดมากขึ้น

2. ให้มีการส่งเสริมโครงการออมระดับชุมชน
และควรมีเจ้าหน้าที่ให้ความรู้และคำปรึกษาแก่คนใน
ชุมชน

3. ควรมีการขยายสาขาของสถาบันการเงินให้
ทั่วถึงเพื่ออำนวยความสะดวกในการใช้บริการธุรกรรม
การเงินต่างๆ

4. หน่วยงานรัฐบาลควรร่วมกับหน่วยงานภาค
เอกชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบการออม
ใหม่ๆ เพื่อให้มีความเหมาะสมและน่าดึงดูดใจต่อ
ผู้ต้องการออมเงิน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อกลยุทธ์การตลาดค้า
ปลีกของชุมชนทำน้ำสามเสน เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร
ครั้งนี้เนื่องจากเป็นการวิจัยกลุ่มตัวอย่างของ
ชุมชนทำน้ำสามเสนเพียงบางส่วนเท่านั้นจึงหลีกเลี่ยง
ไม่ได้ของข้อบกพร่องที่เกิดขึ้นและข้อจำกัดต่างๆ
ดังนั้นผู้ที่นำข้อมูลการศึกษาวินิจฉัยจะนำไปใช้ประโยชน์
ในด้านต่างๆ ควรคำนึงถึงข้อจำกัดด้วยเป็นต้น.

เอกสารอ้างอิง

- บุรินทร์ แสงแก้ว. (2553). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการออมของพ่อค้าแม่ค้าในเขตเทศบาลเมือง
จังหวัดเชียงราย. แบบฝึกหัดการวิจัย คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ประยงค์ คูศิริสิน. (2551). ปัจจัยที่มีผลต่อการออมของครัวเรือนในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่.
วิทยานิพนธ์ เศรษฐศาสตร์มหาดบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พนม กิตติวง. (2543). พฤติกรรมการออมของครัวเรือนในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่คณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ เศรษฐศาสตร์มหาดบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิสิฐ ลี้อาธรรม. (2551). เศรษฐกิจไทยกับความเสี่ยงในทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจมหภาค การเงิน
การคลัง เล่ม 3. คณะทำงานเศรษฐกิจมหภาค การเงินการคลัง สภาเศรษฐกิจและสังคม
แห่งชาติ.
- ไพโรจน์ เภาวิจิตร. (2543). ปัจจัยที่ผลต่อพฤติกรรมการออมของประชาชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัด
เชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระ, บริหารธุรกิจมหาดบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- รัชนิบูลย์ ลิมปปัญาเลศ. (2553). พฤติกรรมการออมของประชากรในชุมชนเขตเทศบาลเมืองลพบุรี.
วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 36(2), 167-178.
- สนธยา นริสศิริกุล. (2535). การวิเคราะห์การออมภาคครัวเรือนไทยปี พ. ศ. 2517 – 2533. วิทยานิพนธ์
มหาดบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2552). การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2552.
กรุงเทพฯ: บางกอกบล็อก

ศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์

Study of the Relationship of demographic factors influencing the marketing mix to buy fertilizer.

อนุช นามภิญโญ¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี อิทธิพลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ศึกษาวิจัยกลุ่ม ผู้บริโภคที่ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์ ในเขตกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 400 คน จากผลการวิจัย พบว่า ความคิดเห็นด้านอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับดีที่สุด โดยสรุปจากตารางด้าน “ผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม” มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ย มาก ($\bar{x}=4.22$, $SD=0.89$) มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากรองลงมาตาม ด้าน “ราคาสินค้ามีราคายุติธรรม” มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}=4.11$, $SD=0.89$) รองลงมาตามด้วย ด้าน “ช่องทางการจัดจำหน่าย การติดต่อสั่งซื้อสินค้าทำง่าย และสะดวก” มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}=4.03$, $SD=0.86$) รองลงมา ด้าน “การส่งเสริมการขาย มีเอกสารประกอบการใช้งาน” มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ซึ่งมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}=3.98$, $SD=0.94$)

คำสำคัญ : ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ส่วนประสมทางการตลาด ปุ๋ยอินทรีย์

¹อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีก

Abstract

This research aims 1) to study the factors that influence the buying fertilizer consumer in Bangkok, 2) to study the relationship between factors, demographic factors, the marketing mix that influence the buying organic fertilizers. The survey (Survey Research) research group. Consumers who choose to buy organic products. In Bangkok Data were collected through questionnaires to sample. A total of 400 people from the research found that the feedback influencing consumer buying organic fertilizers. In Bangkok Best in class In summary, the table with the comment “products, is helping the environment,” comments on the highest level. Which is quite average ($\bar{x}=4.22$, $SD=0.89$) opinion in a very minor, followed by the “Price is fair” opinion at a high level. Whose average ($\bar{x}=4.11$, $SD=0.89$), followed by the “distribution channels. To contact order is made simple and easy,” comments at a high level. The average ($\bar{x}=4.03$, $SD=0.86$), followed by the “promotion. Documented the use of “opinion at a high level. The average ($\bar{x}=3.98$, $SD=0.94$).

Keywords: demographic factors, marketing mix, fertilizer

บทนำ

ปุ๋ยอินทรีย์เป็นทางเลือกใหม่ของเกษตรกร เนื่องจากปุ๋ยมีราคาถูกกว่าปุ๋ยเคมี และปุ๋ยอินทรีย์จะไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศวิทยาในระยะยาว แต่ช่วยปรับปรุงดินให้ดีขึ้นโดยเฉพาะคุณสมบัติทางกายภาพของดิน เช่น ความโปร่ง ความร่วนซุย ความสามารถในการอุ้มน้ำ และการปรับสภาพความเป็นกรดเป็นด่างของดิน ตลอดจนไม่มีสารพิษตกค้างต่อผู้บริโภค เนื่องจากปุ๋ยอินทรีย์เป็นปุ๋ยที่ได้จากการนำซากสิ่งที่มีชีวิตใส่ลงในดินเพื่อเพิ่มเติมอินทรีย์วัตถุให้แกดิน ดังนั้น ปุ๋ยอินทรีย์จึงมีบทบาทที่สำคัญในการช่วยแก้ปัญหาดังกล่าว รวมทั้งช่วยเพิ่มปัจจัยการผลิตและลดต้นทุนการผลิตให้กับเกษตรกรโดยใช้การพัฒนาทางเทคโนโลยีชีวภาพมาใช้ให้เป็นประโยชน์ ประกอบกับกระแสการบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์และสินค้าเกษตรที่มีการผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมส่งผลให้ความต้องการปุ๋ยอินทรีย์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จึง

ทำให้ปุ๋ยอินทรีย์มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการเพาะปลูก เนื่องจากการกระแสดความห่วงใยต่อสิ่งแวดล้อมที่รณรงค์ให้ลดการใช้สารเคมีในระบบเกษตรกรรมชาติและเกษตรยั่งยืน ประจวบเหมาะกับความเศรษฐกิจตกต่ำจึงมีผู้นิยมหันมาใช้ปุ๋ยอินทรีย์กันมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้บริโภค อย่างไรก็ตามความต้องการ ปุ๋ยอินทรีย์ในประเทศไทยยังมีแนวโน้มเติบโตได้อีกมากหากภาครัฐบาลและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องร่วมมือกันจัดปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการขยายตัวของความต้องการปุ๋ยอินทรีย์ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2547, หน้า 1)

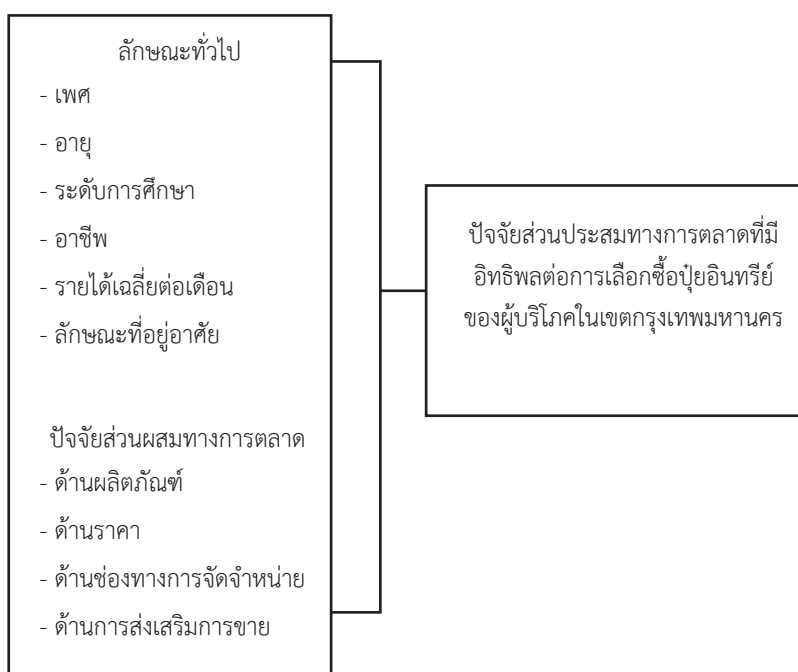
ปุ๋ยที่เกษตรกรนิยมใช้เพาะปลูกส่วนใหญ่เป็นปุ๋ยวิทยาศาสตร์หรือปุ๋ยเคมีที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ และปุ๋ยเคมีที่เกษตรกรใช้อยู่จะมีธาตุอาหารที่พืชมีความต้องการอยู่ในปริมาณสูงพืชสามารถนำไปใช้ได้ทันที อีกทั้งยังสะดวกต่อการใช้งานและให้ผลอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ความต้องการใช้ปุ๋ยเคมีของเกษตรกรในปี 2552

จึงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2551 โดยมีการนำเข้าปุ๋ยเคมีประมาณ 3.8 ล้านตัน คิดเป็นมูลค่าประมาณ 42.66 ล้านบาท (สำนักควบคุมพืชและวัสดุการเกษตร, 2553) อย่างไรก็ตามการใช้ปุ๋ยเคมีของเกษตรกรติดต่อกันเป็นระยะเวลานานจะมีผลกระทบต่อระบบนิเวศวิทยาและโครงสร้างของเนื้อดินเป็นผลทำให้ดินขาดความอุดมสมบูรณ์และทำให้ดินแข็งตัวขาดจุลินทรีย์และวัตถุอื่นๆ ซึ่งจะส่งผลเสียต่อสภาพแวดล้อมทำให้ผลผลิตตกต่ำ ยิ่งไปกว่านั้นในปี 2550 ราคาปุ๋ยเคมีได้ปรับตัวสูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2549 จึงส่งผลให้เกษตรกรต้องรับภาระต้นทุนในการผลิตเพิ่มขึ้นและส่งผลกระทบต่อรายได้ของเกษตรกร

จังหวัดกรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่มีประชาชนมากแต่ส่วนน้อยที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ในการปลูกพืช ผัก และผลไม้ ซึ่งจะประกอบอาชีพส่วนตัวและพนักงานบริษัทส่วนมาก จึงทำให้เกิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร มีจำนวนน้อยกว่าที่ควร

ในอดีตจังหวัดกรุงเทพมหานครนั้นมีการใช้ปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูกเพราะเห็นผลเร็ว และได้ผลผลิตในปริมาณที่มาก แต่เมื่อปี 2550 ปุ๋ยเคมีมีราคาสูงขึ้นทำให้เกษตรกรต้องรับภาระค่าใช้จ่ายมากขึ้น จึงทำให้เกษตรกรเริ่มหันมาใช้ปุ๋ยอินทรีย์เนื่องจากมีราคาถูกกว่าปุ๋ยเคมีแม้จะเห็นผลช้า ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจปุ๋ยอินทรีย์ที่มีราคาถูกมาจำหน่ายให้กับเกษตรกรเพิ่มมากขึ้นดังนั้น จึงทำให้ตลาดปุ๋ยอินทรีย์ในเขตกรุงเทพมหานครเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว อย่างไรก็ตามพบว่า เกษตรกรในเขตกรุงเทพมหานครยังคงใช้ทั้งปุ๋ยเคมี ปุ๋ยอินทรีย์ และปุ๋ยเคมีร่วมกับปุ๋ยอินทรีย์

เหตุผลนี้ผู้วิจัย จึงเป็นประเด็นที่น่าสนใจในการที่จะศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยเคมีและปุ๋ยอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยศึกษาส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4Ps (Product Price Promotion) เพื่อจะได้นำข้อมูลมาใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจปุ๋ยในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้



ภาพ 1 กรอบแนวความคิด แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม

เหมาะสมและเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจ การเลือกซื้อปุ๋ยของเกษตรกร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางประชากรศาสตร์กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากประชากรมีจำนวนแน่นอนจึงคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของยามาเน Taro Yamane (เอกชัย อภิศักดิ์กุล, 2551, หน้า 58) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 500,000 คน และกลุ่มตัวอย่างสำหรับดำเนินการสัมภาษณ์ได้แก่ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) มี 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภคผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะคำถามปลายปิด แบบสำรวจรายการ (Close end) หรือเลือกตอบ (Check List) ประกอบด้วยสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และลักษณะที่อยู่อาศัย ทั้งหมด 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ในกรุงเทพมหานคร สรุปด้านความคิดเห็น

ไว้ดังนี้ คือ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 4) ด้านการส่งเสริมการขาย ลักษณะของแบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 15 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น 0.93 โดยมีเกณฑ์การแปลผล ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 มีระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 มีระดับความคิดเห็นปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 มีระดับความคิดเห็นน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 มีระดับความคิดเห็นน้อย (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2550, หน้า 75)

ส่วนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะเพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้มีมาตรฐานมากขึ้น ด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลได้มาจากแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency distribution) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ข้อมูลสภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ย (Mena) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้วิเคราะห์ระดับของความคิดเห็นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย ที่เป็นผลมาจากอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้เครื่องมือคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปทางคณิตศาสตร์

ผลการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และ ลักษณะที่อยู่

อาศัย พบว่าผู้บริโภคเพศหญิงจำนวน 248 คน ($\bar{x}=62.00$) มีความคิดเห็นมากกว่าเพศชาย จำนวน 152 คน ($\bar{x}=38.00$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อายุต่างกัน มีความคิดเห็นที่แตกต่างกันอยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 140 คน ($\bar{x}=35.00$) ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ ระดับปริญญาตรีจำนวน 272 คน ($\bar{x}=68.00$) ส่วนในการประกอบอาชีพ รับจ้าง/พนักงานบริษัท เอกชน จำนวน 176 คน ($\bar{x}=44.00$) โดยส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีจำนวน 140 คน ($\bar{x}=35.00$) และส่วนลักษณะที่อยู่อาศัย บ้านเดี่ยว มีจำนวน 208 คน ($\bar{x}=52.00$)

2. ด้านผลิตภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.22$, $SD=0.89$) โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรมใหม่ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.62$, $SD=1.00$) ส่วนมีการบรรจุภัณฑ์สวยงามเหมาะสมกับการใช้งาน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.49$, $SD=0.94$) โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่มียี่ห้อหรือมีชื่อเสียง อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.37$, $SD=0.92$) และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตหรือใช้วัตถุดิบจากต่างประเทศ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=2.70$, $SD=1.02$)

3. ด้านราคา สินค้ามีราคายุติธรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.11$, $SD=0.89$) โดยมีวิธีชำระสินค้าง่ายและสะดวก อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.97$, $SD=0.86$) และสินค้ามีราคาถูกพิเศษ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.58$, $SD=0.98$)

4. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การติดต่อสั่งซื้อสินค้าทำง่าย และสะดวก อยู่ในระดับมาก การติดต่อสั่งซื้อสินค้าทำง่าย และสะดวก ($\bar{x}=4.03$, $SD=0.86$) โดยมีระยะเวลาการส่งสินค้าที่รวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.98$, $SD=0.93$) และใช้เวลาในการติดต่อซื้อที่รวดเร็ว อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.98$, $SD=0.89$)

5. ด้านการส่งเสริมการขาย มีเอกสารประกอบการใช้งาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.98$, $SD=0.94$)

ส่วนการใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านให้ความรู้เรื่องสินค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.78$, $SD=1.04$) โดยมีศูนย์ข้อมูลแนะนำการใช้และแก้ปัญหา อยู่ในระดับ ($\bar{x}=3.77$, $SD=1.17$) และมีโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อ อยู่ในระดับ ($\bar{x}=3.51$, $SD=1.01$)

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี อิทธิพลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.22$, $SD=0.89$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย บุญถม กุมพล (2549) ที่พบว่า ได้ทำการศึกษาศักยภาพที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์บ้านดงยาง ตำบลสีแก้ว อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ดพบว่า เกษตรกรเห็นว่า ปัจจัยโดยรวม ปัจจัยด้านชีวภาพ ด้านสังคม และด้านการส่งเสริมและสื่อสาร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์อยู่ในระดับมาก และเห็นว่าปัจจัยด้านกายภาพและด้านเศรษฐกิจมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง และจากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุและระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน เห็นว่าปัจจัยโดยรวมและปัจจัย 5 ด้านดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ไม่แตกต่างกัน แต่เกษตรกรที่มีอายุ 51-60 ปี เห็นว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมและสื่อสาร มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์มากกว่าเกษตรกรที่มีอายุ 61 ปีขึ้นไปอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษาศักยภาพส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ พบว่า ในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีการศึกษาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับสินค้าในหลายรูปแบบ เช่น การซื้อไม้กระถาง การซื้อบ้านจัดสรร การซื้อรถไถเดินตาม อุปกรณ์อุตสาหกรรม และจักรยานยนต์ เป็นต้น และส่วนใหญ่

ศึกษาปัจจัยทางการตลาด 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด และมีการศึกษาถึงปัจจัยย่อยในแต่ละด้านด้วย ส่วนในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตลาดปุ๋ยนั้นมีทั้งในเรื่องของปุ๋ยอินทรีย์ และปุ๋ยเคมี ทั้งในด้านปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อ และการผลิตปุ๋ย จากการศึกษาค้นคว้านี้ ทำให้ผู้วิจัยมีแนวคิดในการวางแผนการวิจัยให้เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่าง รวมไปถึงการกำหนดตัวแปร การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนที่เป็นประโยชน์เพื่อให้ได้ ข้อมูลที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการวางแผนเพื่อส่งเสริมการตลาดปุ๋ยอินทรีย์ต่อไป รัญญา โรจน์ไพบูลย์ และโสภณ ทองปาน (2517) ได้ศึกษาในเรื่องลักษณะบางประการของตลาดปุ๋ยในประเทศไทยโดยศึกษาวิธีการตลาดปุ๋ยเคมีตั้งแต่พ่อค้าส่งเข้าจนถึงเกษตรกรผู้ใช้ โดยศึกษาในด้านค่าใช้จ่ายต้นทุน และส่วนเหลือการตลาดในแต่ละระดับ พบว่าปริมาณปุ๋ยเคมีที่ใช้ทั้งหมดเป็นปุ๋ยที่ผลิตในประเทศร้อยละ 5.74 และอีกร้อยละ 94.26 เป็นปุ๋ยที่สั่งเข้าจากต่างประเทศ ซึ่งพิจารณาจากปริมาณการใช้ทั้งหมด พบว่า มีการจำหน่ายผ่านสหกรณ์ชุมชนเพียงร้อยละ 6.06 ที่เหลืออีกร้อยละ 93.04 เป็นปุ๋ยที่จัดจำหน่ายโดยบริษัทเอกชน ซึ่งผ่านทางร้านค้าปุ๋ยต่างจังหวัดจำนวนมากที่สุด การสั่งซื้อขายระหว่างบริษัทส่งเข้าปุ๋ยกับร้านค้าปุ๋ยต่างจังหวัด ซื้อขายกันแบบเงินสดและเครดิตอย่างละครึ่ง และการซื้อขายระหว่างร้านค้าปุ๋ยต่างจังหวัด จะซื้อขายกันด้วยเงินเชื่อเป็นส่วนใหญ่ ปัญหาการค้าปุ๋ยที่ประสบอยู่ของบริษัทผู้ส่งเข้าปุ๋ย คือ การแข่งขันในด้านราคากับร้านขายส่งรายเล็กอย่างไม่ยุติธรรม และปัญหาราคาปุ๋ยที่นำเข้าจากอเมริกาและยุโรปมีราคาสูงกว่าปุ๋ยที่นำเข้าจากญี่ปุ่นเนื่องจากมีค่าขนส่งที่สูงกว่า ส่วนปัญหาที่เกิดขึ้นแก่เกษตรกรนั้น พบว่า การที่เกษตรกรต้องการเครดิตจากพ่อค้าคนกลางทำให้ปุ๋ยมีราคาสูงเกินควร รัฐบาลควรเข้ามามีบทบาทในตลาดปุ๋ยบ้าง เช่น เข้ามาแข่งขันกับบริษัท เอกชนโดยผ่านชุมชนสหกรณ์ควบคุมและ

ให้ความยุติธรรมแก่ผู้เกี่ยวข้องในตลาดปุ๋ยเคมี โดยมีการออกกฎหมายที่มี ผลบังคับใช้อย่างจริงจังในทางปฏิบัติ และควรมีการขนส่งเสริมการลงทุนผลิตปุ๋ยภายในประเทศให้มากขึ้น แต่ต้องไม่เกิดการผูกขาดในประเทศ กรณ์พรหม รัตนสิริยากร (2533) ได้ศึกษาความเป็นไปได้ในด้านการตลาดและการลงทุนของการผลิตปุ๋ยชีวภาพเชิงอุตสาหกรรม พบว่า ปุ๋ยชีวภาพต้องแข่งขันกับปุ๋ยวิทยาศาสตร์ค่อนข้างสูง แต่วิธีการใช้ปุ๋ยชีวภาพนั้นค่อนข้างสลับซับซ้อนกว่าการใช้ปุ๋ยวิทยาศาสตร์ เมื่อพิจารณาถึงการใช้ปุ๋ยทั้งสองชนิดในการปลูกข้าวต่อไร่ พบว่า กรณีใช้ปุ๋ยชีวภาพนั้นสามารถประหยัดต้นทุนการใช้ปุ๋ยได้ถึง 5 เท่าตัว นอกจากนี้ การใช้ปุ๋ยชีวภาพในการปลูกพืชยังเป็นการรักษาคุณภาพของดิน ในขณะที่การใช้ปุ๋ยวิทยาศาสตร์ติดต่อกันนานๆ จะทำให้ดินเสื่อมคุณภาพลง และจากการศึกษาถึงการจัดตั้งโรงงานผลิตปุ๋ยชีวภาพเชิงอุตสาหกรรมขนาดกำลัง 5 ตันต่อวัน ต้องลงทุนทั้งสิ้น 3,697,000 บาท ราคาต้นทุนการผลิตกิโลกรัมละ 4.2 บาท และระยะเวลาการคืนทุน คือ 4 ปี 4 เดือน ฟิงพอใจ ประดิษฐ์พงศ์ (2549) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อไม้กระถาง ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ศึกษาถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมของผู้บริโภคที่มีต่อพฤติกรรมการซื้อไม้กระถาง มูลเหตุจูงใจในการซื้อไม้กระถางพฤติกรรมการซื้อและปัจจัยที่ตัดสินใจซื้อไม้กระถาง รวมถึงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการซื้อไม้กระถางของผู้บริโภค ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคจากแหล่งจำหน่ายไม้กระถางที่สำคัญในกรุงเทพมหานคร จำนวน 4 จุด คือ บริเวณบางขุนนนท์ ตลาดชั้นเขตบางกอกน้อย บริเวณเทเวศน์ เขตพระนคร บริเวณกรมทหารราบที่ 11 รักษาพระองค์ เขตบางเขน บริเวณตลาดนัดสวนจตุจักร เขตจตุจักร ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 ราย โดยการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เพื่อหาค่าร้อยละ ค่ามัธยฐานเลขคณิต และไคสแควร์ ผลการวิจัย

พบว่า ผู้บริโภคเป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.07 มีอายุเฉลี่ย 28 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 49.74 เป็นนักเรียนหรือนิสิตนักศึกษามากที่สุด ร้อยละ 35.40 มีรายได้ไม่น้อยกว่า 5,001 บาทต่อเดือน มีที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยวมากที่สุด ร้อยละ 60.68 มีขนาดที่อยู่อาศัยเฉลี่ย 89.60 ตารางวา สำหรับมูลเหตุจูงใจในการซื้อไม้กระถางที่ผู้บริโภคเห็นว่าสำคัญมาก คือ ความสวยงามของไม้กระถางโดยซื้อจากตลาดนัดสวนจตุจักร มากที่สุด ร้อยละ 74.22 และนิยมซื้อไม้ดอกประเภทกระถางมากที่สุดร้อยละ 64.58 สาเหตุการซื้อที่สำคัญคือ สีสนของดอกจากการ ทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ อาชีพ รายได้ ลักษณะที่อยู่อาศัย และขนาดพื้นที่อยู่อาศัยต่างกัน มีการซื้อไม้กระถาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และผู้บริโภคมีมูลเหตุจูงใจในการซื้อไม้กระถางกับการเลือกเป็นงานอดิเรกแตกต่างกัน มีการซื้อไม้กระถางแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ชัยทัศน์ วันชัย (2541) ได้ศึกษาในเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ปุ๋ยเคมีในภาคเกษตรของประเทศไทย พร้อมทั้งการพยากรณ์แนวโน้มอุปสงค์ปุ๋ยเคมีในภาคการเกษตรของประเทศไทย ช่วงปี พ.ศ. 2537-2545 โดยใช้ข้อมูลสถิติ ช่วงปี พ.ศ. 2520-2536 สร้างสมการถดถอยเชิงซ้อน เพื่อประมาณการอุปสงค์ปุ๋ยเคมีในภาคการเกษตรของประเทศไทยที่เหมาะสม พบว่า ปัจจัยที่มีผล ได้แก่ ราคาปุ๋ยเคมีทั้งหมดเฉลี่ย ปริมาณสินค้าเกษตร และตัวแปรเวลา มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 หรือน้อยกว่า ชูเกียรติ จิตราษนันท์ (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยการตลาดและพฤติกรรมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถไถเดินตามของเกษตรกรในเขตจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการตลาดที่เกษตรกรคำนึง คือ ราคารถไถเดินตาม ราคาอะไหล่ ความสะดวกในการใช้งาน ค่าใช้จ่ายในการซ่อมบำรุง ตลอดจนความคงทนของสินค้า เป็นหลักในการพิจารณามากที่สุด รองลงมา คือ ความยากง่ายในการ

หาอะไหล่ สามารถผ่อนชำระเป็นงวดๆ ได้ การบริการหลังการขาย อัตราการสิ้นเปลืองน้ำมันเชื้อเพลิง เป็นต้น นอกจากนี้ผลกระทบต่อเกษตรกรภายหลังจากการใช้งานรถไถเดินตาม พบว่า ปริมาณผลผลิตข้าวต่อไร่เพิ่มขึ้น คุณภาพของดินดีขึ้น จำนวนครั้งในการทำนาต่อปีไม่เปลี่ยนแปลง เกษตรกรมีเวลารับจ้างนอกฤดูกาลมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม เกษตรกรจำเป็นต้องพึ่งพาแหล่งเงินกู้เพื่อ ใช้จ่ายในการทำเกษตรมากขึ้นด้วย วรชาติ ดันติวาจา (2545) ได้ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์อุตสาหกรรม: กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วนจำกัด ดันตืออโตเมชั่น ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ปฏิบัติงานอยู่ในโรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ และมีเจ้าของหรือผู้ถือหุ้นเป็นชาวต่างชาติ โดยปฏิบัติงานอยู่ในโรงงานอุตสาหกรรมที่ประกอบการด้านการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด จากการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดของห้างหุ้นส่วนจำกัด ดันตืออโตเมชั่น ด้านผลิตภัณฑ์มีระดับปานกลางทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความมีชื่อเสียง น่าเชื่อถือของตราสัญลักษณ์ที่จำหน่าย ความพึงพอใจต่ำสุด คือ การบริการหลังการขาย ด้านราคา พบว่า ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับปานกลางเกือบทุกปัจจัยย่อย ระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ วิธีการชำระเงิน ความพึงพอใจต่ำสุด คือ การให้ส่วนลดตามปริมาณการสั่งซื้อ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลางทุกปัจจัยย่อย ระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความสะดวก ในการติดต่อประสานงาน ความพึงพอใจต่ำสุด คือ ท่าเลที่ตั้งของห้างฯ ในส่วนประสมการตลาด พบว่า ลูกค้ามีระดับความพึงพอใจในระดับปานกลาง ทุกปัจจัยย่อย โดยปัจจัยที่มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คือ ความสะดวกในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายขาย ความพึงพอใจต่ำสุด คือ การประชาสัมพันธ์ข่าวสารต่างๆ สำหรับระดับ

ปัญหาของส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน มีดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด ได้แก่ การบริการ หลังการขาย รองลงมา ได้แก่ เงื่อนไขการเปลี่ยนหรือคืนสินค้า และเอกสารประกอบสินค้า คู่มือการใช้งาน ตามลำดับ ระดับปัญหาด้านราคามากที่สุด ได้แก่ ราคาจำหน่ายสินค้า ระดับปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด ได้แก่ ความถูกต้องของเอกสารกำกับสินค้า และระดับปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด ได้แก่ ความเหมาะสม รังสีด กุศลสมบูรณ์ (2546) ได้ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ของผู้บริโภค ผลการศึกษาพบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อ คุณภาพของรถและความคงทน การประหยัดน้ำมัน ราคาของรถ และราคาของอะไหล่ มาตรฐานของศูนย์บริการ โชว์รูมใกล้บ้าน จำนวนศูนย์บริการ และชื่อเสียงของโชว์รูมหรือตัวแทนจำหน่าย การรับประกันซ่อมฟรี 3 ปี หรือ 30,000 กิโลเมตร มีโปรโมชั่นไม่คิดค่าบริการหรือค่าอะไหล่ และมีโปรโมชั่นการลดราคา ดังนั้น การวิจัยและพัฒนาจึงควรนำมาใช้ควบคู่กับกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม จะทำให้สามารถเพิ่มยอดขายจัดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ได้อีกทางหนึ่ง ปราโมทย์ กาญจนรัชต์ (2547, หน้า 82 อ้างถึงใน บุญถม กุศล, 2549) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรที่มีต่อการใช้ปุ๋ยอินทรีย์และปุ๋ยเคมี พบปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ เงินทุน รายได้ แรงงาน ขนาดพื้นที่ ราคาผลผลิต
2. ปัจจัยด้านสังคม ได้แก่ สมาชิกในครัวเรือน การเป็นสมาชิกกลุ่ม
3. ปัจจัยด้านกายภาพ ได้แก่ สภาพพื้นที่ดิน สภาพน้ำ ภูมิอากาศ
4. ปัจจัยด้านชีวภาพ ได้แก่ ชนิดหรือพันธุ์พืช พันธุ์สัตว์

5. ปัจจัยด้านการส่งเสริมและการสื่อสาร ได้แก่ ความรู้ ประสบการณ์

6. ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ การคมนาคม ระบบชลประทาน

สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สิริกานต์ จิรวัดน์ จำเริญ (2550) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยา พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอเมืองพะเยา จังหวัดพะเยาได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (สินค้าและบริการ) ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคาและปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านผลิตภัณฑ์พบว่า รายการที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ ตรา ยี่ห้อสินค้าเป็นที่รู้จักแพร่หลายคุณภาพการใช้งาน ปัจจัยที่อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านราคา พบว่า รายการที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพสินค้า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า รายการที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ สถานที่จำหน่ายสินค้าตั้งอยู่ใกล้บ้านของเกษตรกร ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยอินทรีย์ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า รายการที่มีอิทธิพลสูงสุด คือ การโฆษณาทางวิทยุท้องถิ่น ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า รายการที่มีปัญหาสูงสุด คือ ปริมาณปุ๋ยไม่ตรงตามที่ระบุ ปัญหาด้านราคา พบว่า รายการที่มีปัญหาสูงสุด คือ ราคาสินค้าไม่แน่นอน ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย พบว่า รายการที่มีปัญหาสูงสุด คือ สถานที่จำหน่ายสินค้าตั้งอยู่ไกลบ้านของเกษตรกร ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า รายการที่มีปัญหาสูงสุด คือ ไม่มีการให้ของสมนาคุณตอนสิ้นปี ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม อยากให้รัฐบาล

ส่งเสริมและสนับสนุนการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ให้มากขึ้น ควรให้คำแนะนำและให้ความรู้เกี่ยวกับปุ๋ยอินทรีย์แก่เกษตรกร ประเสริฐ วานิชนาม (2546) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีเพื่อการปลูกข้าวของเกษตรกรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาปรากฏว่า เกษตรกรผู้ซื้อปุ๋ยเคมี เห็นว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยเคมีในระดับมาก ส่วนปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านอื่นๆ มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลาง โดยเกษตรกรผู้ซื้อปุ๋ยเคมีให้ระดับความสำคัญมากกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีและมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในแต่ละด้านดังนี้ คุณภาพตราสินค้า ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและร้านจำหน่ายสะดวกในการเดินทาง เกษตรกรผู้ซื้อปุ๋ยเคมีที่มีระดับรายได้ต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านอื่นๆ เห็นว่ามีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีไม่แตกต่างกัน เกษตรกรผู้ซื้อปุ๋ยเคมีที่มีระดับรายได้ต่างกัน เห็นว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยมีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ สุนทร ฉลาดกิจศิริกุล (2544) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมีของผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดปุ๋ยเคมีในเขตสวนหลวง กรุงเทพมหานครอาศัย ที่ต่างกัน จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และพิเชษฐ์ กนกธร (2552) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ปุ๋ยเคมีของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของเกษตรกรกับการตัดสินใจเลือกใช้ปุ๋ยเคมีของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทของพืชที่ปลูก พื้นที่ปลูกพืชและปริมาณผลผลิต มีความสัมพันธ์การตัดสินใจเลือกใช้ปุ๋ยเคมี

ของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 การศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจเลือกใช้ปุ๋ยเคมีของเกษตรกรในจังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยทางการตลาดทุกด้านมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้ปุ๋ยเคมีของเกษตรกร เกษตรกรที่ใช้ปุ๋ยอินทรีย์ที่มี อายุ ระดับการศึกษา วิธีการชำระเงินและผู้มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อต่างกันมีทัศนคติต่อส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน จิตารีย์ วงศ์มังกร (2550) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อปุ๋ยสำเร็จรูปใช้ในการปลูกข้าวของเกษตรกรในเขตอำเภอเมืองจังหวัดมหาสารคาม พบว่า เหตุในการใช้ปุ๋ยเคมีในการเพาะปลูกข้าว มากที่สุดคือดินจืดถ้าไม่ได้ใช้ปุ๋ยจะไม่ได้ผลผลิต เพื่อให้ได้ผลผลิตที่สมบูรณ์จำหน่ายได้ราคาดี และบำรุงดินให้มีความอุดมสมบูรณ์ขึ้นและยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วราลีฉัตร อัจฉริยะกุล (2552) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยชีวภาพของเกษตรกรในจังหวัดนครปฐม ที่พบว่าเหตุผลสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยชีวภาพเพราะช่วยฟื้นฟูปุสภาพดิน วราภรณ์ ควรขจร (2549) ศึกษาเรื่องผลกระทบของปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยกรณีศึกษาเกษตรกรอำเภอบ้านแพ้วจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่พบว่าเกษตรกรซื้อปุ๋ยจากร้านจำหน่ายปุ๋ยทั่วไป ชำระเงินค่าปุ๋ยด้วยเงินสด สำหรับบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยสำเร็จรูป พบว่า ครีวเรือน เกษตรกรส่วนมากตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยสำเร็จรูปร่วมกับสมาชิกในครอบครัว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ โกมล นาคสิงห์ (2550) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เฉลี่ยโดยรวมมีความ

สำคัญอยู่ในระดับมาก ปัจจัยย่อยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยในระดับความสำคัญมากคือ ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ และปัจจัยด้านราคา ตามลำดับ

จากการวิจัยพบว่า เกษตรกรที่ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านมีอิทธิพลมากต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยสำเร็จรูป แต่เมื่อนำมาวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้ด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยแล้วพบว่าส่วนประสมทางการตลาดไม่ส่งผลต่อการเลือกใช้ตราสินค้าปุ๋ยเคมีของเกษตรกรแต่ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคามีผลต่อการเลือกใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกร ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อปุ๋ยสำเร็จรูป คือ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านกายภาพและปัจจัยทางด้านการตลาดเท่านั้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี อิทธิพลต่อการเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ควรนำปัจจัยทุกด้านมาทำกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคทั้งนี้ เพื่อนำผลของการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขด้านต่างๆ จึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรผลิตหรือ

จัดหาปุ๋ยอินทรีย์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ เช่น ปัจจุบันปุ๋ยอินทรีย์อัดเม็ดกำลังเป็นที่นิยม ผู้บริโภคมีความต้องการค่อนข้างสูง และเน้นไปที่การช่วยรักษาหรือฟื้นฟูสภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นคุณสมบัติโดยตรงของปุ๋ยอินทรีย์ ที่จะช่วยปรับปรุงโครงสร้าง และฟื้นฟูสภาพดิน แต่ควรมีข้อมูลการใช้ และการผลิตให้ครบถ้วน

2. ด้านราคา ควรให้ความสำคัญต่อการกำหนดราคาที่มีรายชื่อยุติธรรม ราคาถูกพิเศษ ซึ่งราคาย่อมเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจลูกค้าได้เป็นอย่างดี และราคากับคุณภาพย่อมเป็นสิ่งที่แปรผันไปในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้วิธีการชำระสินค้าควรง่ายและสะดวก

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรให้ความสำคัญในเรื่อง การวางแผนการจัดการในเรื่องการติดต่อสั่งซื้อให้ง่ายและสะดวก รวดเร็ว และมีระยะเวลาการส่งสินค้าที่รวดเร็ว

4. ด้านการส่งเสริมการขาย ควรให้ความสำคัญในเรื่อง การมีเอกสารประกอบ การใช้งาน การใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านให้ความรู้ในเรื่องสินค้า มีศูนย์ข้อมูลแนะนำการใช้และแก้ปัญหา และมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ

และนอกจากนี้ ในการวางแผนการตลาดปุ๋ยอินทรีย์ ยังควรให้ความสำคัญ ต่อปัจจัยในด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ในตลาดปุ๋ยอินทรีย์ด้วย

เอกสารอ้างอิง

- โกมล นาคสิงห์. (2550). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง. วิทยานิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการอุตสาหกรรมเกษตร),มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- ชัยทัศน์ วันชัย. (2541). อุปสงค์ปุ๋ยเคมีในภาคการเกษตรของประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฐิตารีย์ วงศ์มังกร (2550). ปัจจัยทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการเลือกซื้อปุ๋ยสำเร็จรูปใช้ในการปลูกข้าวของเกษตรกรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ธัญญา โรจน์ไพบูลย์.(2550). ปัจจัยราคาปุ๋ยเคมีที่มีผลกระทบกระเทือนต่อต้นทุนการผลิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ธัญญา โรจน์ไพบูลย์ และ โสภณ ทองปาน. (2517). ปัจจัยราคาปุ๋ยเคมีที่มีผลกระทบกระเทือนต่อต้นทุนการผลิต. รายงานการประชุมทางวิชาการเกษตรศาสตร์และชีววิทยาแห่งชาติ ครั้งที่ 13 ณ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ 4-6 กุมภาพันธ์ 2517
- บุญถม กุมพล. (2549). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของเกษตรกรในการใช้ปุ๋ยอินทรีย์ บ้านดงยาง ตำบลสีแก้ว อำเภอเมืองจังหวัดร้อยเอ็ด. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต.มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ประเสริฐ วานิชนาม. (2546). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจซื้อปุ๋ยเคมีเพื่อการปลูกข้าวของเกษตรกรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ปัทมา สุวรรณจำรูญ, วาสนา สุวรรณวิจิตร และ อรจันทร์ ศิริโชติ. (2556). ทศนคติของเกษตรกรต่อส่วนประสมทางการตลาดระหว่างปุ๋ยเคมี และปุ๋ยอินทรีย์ กรณีศึกษา เกษตรกรผู้ปลูกยางพารา อำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา, 6(2), 47-57.
- พลอยสุตา อร่ามรส. (2555). พฤติกรรมการซื้อขายวัสดุการเกษตรในอำเภอบ้านโป่ง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รังสิต กุศลมบูรณ์. (2546). ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดทำหน่วยและการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์ ของ ผู้บริโภค. วิทยานิพนธ์ กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- วรชาติ ต้นติวจา.(2545). การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของอุปกรณ์ไฟฟ้าสำหรับงานอุตสาหกรรม : กรณีศึกษา ห้างหุ้นส่วน จำกัด ดันตอโตเมชั่น. วิทยานิพนธ์, เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- วนิดา สุจริตธนะการ และจิตผกา ธนปัญญาธิวงศ์. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการผลิตและใช้ปุ๋ยอินทรีย์ของเกษตรกรในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. ภาควิชาพัฒนาการเกษตร คณะทรัพยากรธรรมชาติ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่.
- สุนทร ฉลาดกิจศิริกุล. (2544). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อปุ๋ยเคมีของผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมทางการตลาดปุ๋ยเคมีในเขตสวนหลวง กรุงเทพฯ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งด้วยตู้คอนเทนเนอร์ : กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรม ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร Factors affecting the efficiency of container transport services . A case study of the industry in Bangna Bangkok

ดวงใจ จันทรรดาแสง¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาถึงความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งด้วยตู้คอนเทนเนอร์กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรม ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรม ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 60 บริษัท โดยใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำไปทดสอบ (Try-out) โดยการทดสอบความเที่ยง (Validity) ความเชื่อมั่น (Reliability) การเลือกวิธีนี้เนื่องจาก ผู้วิจัย ไม่มีเวลามากพอ จึงเลือกวิธีนี้เพราะสามารถเลือกตัวอย่างได้อย่างสะดวกนี้

ผลการวิจัย พบว่า จากการตอบแบบสอบถามจำนวน 60 บริษัท ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวนมากที่สุดมีอายุ 36-45 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวนมากที่สุด มีปริมาณสินค้าที่ส่งโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 5,001 กิโลกรัมขึ้นไป/ครั้ง ส่วนใหญ่ใช้บริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ 4 ครั้ง/เดือน มากที่สุด ปัจจัยโดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ กรณีศึกษา บริษัท อุตสาหกรรม ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ผลการทดสอบสมมติฐาน ระดับความถี่ในการใช้ตู้คอนเทนเนอร์ ยกเว้น เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของ ธุรกิจ ปริมาณสินค้าเฉลี่ยต่อครั้ง เป็นปัจจัยที่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ บริการขนส่งสินค้า ตู้คอนเทนเนอร์

¹ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจพาณิชยการ

Abstract

This research aims: 1) to study the factors that influence the decision. Choose a shipping container industry case study in Bangna, Bangkok, 2) to study the ability to enhance the transport of container. Tenor case study Industry in Bangna, Bangkok, using a sample of 60 company-specific (Purposive Sampling) to collect data were analyzed using statistical percentage. The mean and standard deviation and put to the test (Tryout) by testing the validity (Validity) confidence. (Reliability) to choose this method because the research is not enough time. I chose this method because it can easily sample this.

The research found that of the 60 respondents are mainly male. The greatest number between 36-45 years of undergraduate education. Maximum A quantity of goods delivered by 5001 kg or more per visit / session. Most of the cargo container 4 times / month, most factors.

The overall effect on the decision to use public transportation container industry case study in Bangna, Bangkok. The hypothesis testing The frequency of use containers except for gender, age, education, type of business, its average amount per transaction. There are factors that affect the decision to use public transport goods by container. Statistically significant at the 0.05 level.

Keywords: factors affecting the decision. Freight service Box contents Turner.

บทนำ

ระบบการขนส่งในปัจจุบันนับว่าจะมีความสำคัญขึ้นเรื่อยๆ สำหรับประเทศไทยเป็นประเทศที่มีการซื้อขายกับต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ทั้งการนำเข้าและการส่งออก การขนส่งจึงเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นสิ่งแรกในการขนส่งสินค้าให้กับลูกค้า การขนส่งมีหลายประเภท ได้แก่ ทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ และทางท่อ ซึ่งแต่ละประเภทในการขนส่งสินค้ามีความสำคัญทุกทาง แล้วแต่ความต้องการของ ผู้บริโภคว่าจะใช้บริการทางใด ในส่วนความสำคัญของการขนส่งทางบก ผู้บริโภคต้องการความถูกต้องและรวดเร็วในการขนส่งสินค้าในการจะลำเลียงสินค้าที่จะป้องกันมิให้สินค้าเกิดความเสียหายหรือสูญเสียระหว่างขนส่ง

จึงต้องนำระบบตู้คอนเทนเนอร์ มาช่วย จากการศึกษาพบว่าเดิมก่อนใช้ระบบคอนเทนเนอร์ สามารถขนถ่ายสินค้าขึ้นลงเรือโดยเฉลี่ยเพียงแค่ 0.627 ตัน/ชั่วโมงแรงงาน แต่ในปี 2519 หลังจากที่ได้นำระบบคอนเทนเนอร์มาใช้ทำให้สามารถขนถ่ายสินค้าเพิ่มขึ้นเป็น 4,234 ตัน/ชั่วโมงแรงงาน ขณะเดียวกันระยะเวลาจอดเรือโดยเฉลี่ยในท่าเรือลดลงจาก 3 สัปดาห์ เหลือเพียงแค่ 18 ชั่วโมง การขนส่งในรูปแบบตู้คอนเทนเนอร์เป็นแนวคิดง่ายๆ ไม่สลับซับซ้อนแต่อย่างใด เป็นการขนส่งตู้คอนเทนเนอร์ ขนาดมาตรฐานจากรถบรรทุกขึ้นบนเรือเมื่อเรือถึงเมืองท่าที่เป็นจุดหมายปลายทางแล้ว มีการขนถ่ายตู้คอนเทนเนอร์ลงจากเรือเพื่อขึ้นบนรถ Trailer ทำให้สะดวกในการขนย้ายสินค้า ขณะเดียวกันต้องมีความปลอดภัยในการขนส่งและจะต้องมีบริษัท

เรือ หรือตัวแทนเรือ (Agent/Forwarder)

ดังนั้นผู้วิจัย ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ภายในประเทศและต่างประเทศทำให้ทราบข้อมูลการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ การขนส่งด้วยตู้คอนเทนเนอร์เป็นส่วนหนึ่งของระบบการจัดการโลจิสติกส์ ก่อนทำวิจัยผู้วิจัยได้ทำการสำรวจข้อมูลในการวิจัยเบื้องต้นพบว่าบริษัทอุตสาหกรรมเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ มีจำนวนมากจึงทำให้ความสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ : กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรม ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาถึงความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งด้วยตู้คอนเทนเนอร์ กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรม ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร
- 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรม ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยใช้ระยะเวลาตั้งแต่เดือนกันยายน 2557 ถึงเดือนธันวาคม 2558
2. เนื้อหาของงานวิจัยเป็นการศึกษาถึงปัญหาและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์
3. มีการสัมภาษณ์ข้อมูลจากเจ้าของบริษัทประเภทสินค้าที่ส่ง ปริมาณสินค้าที่ส่งเฉลี่ยต่อครั้ง ความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์/ต่อเดือน

ตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของบริษัทอุตสาหกรรม ประเภทของสินค้าที่

ส่ง ปริมาณสินค้าที่ส่งเฉลี่ย ต่อครั้ง ความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์/ต่อเดือน สัดส่วนใช้บริการขนส่งตู้คอนเทนเนอร์ ระหว่าง บริษัทอุตสาหกรรม

ตัวแปรตาม ได้แก่ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรม ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร เส้นทางในการขนส่ง ความรวดเร็วในการให้บริการ ความปลอดภัยในการขนส่ง อัตราค่าบริการขนส่งผู้สินค้าภายในประเทศ สถานที่จัดเก็บสินค้านระหว่าง การขนส่ง การทราบข้อมูลข่าวสารทางด้านการขนส่ง

ความสำคัญของการขนส่ง

การขนส่งเป็นโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ที่จำเป็นอย่างหนึ่งในการพัฒนาประเทศ การขนส่งมีความสำคัญต่อธุรกิจตลอดจนการพัฒนาประเทศอยู่หลายประการ คือ

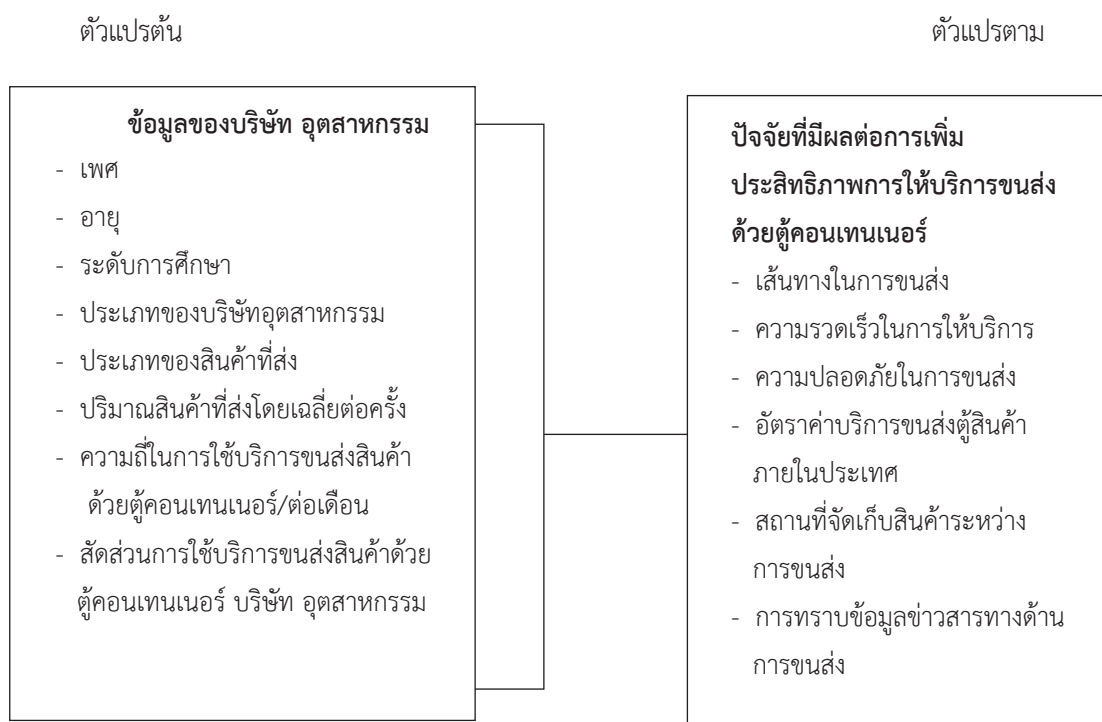
1. ช่วยให้ประชาชนมีมาตรฐานการครองชีพดีขึ้น
2. ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ในสมัยก่อนการคมนาคมขนส่งยังไม่สะดวก ต้องพึ่งตนเองและความชำนาญเฉพาะอย่าง จึงแบ่งงานกันทำผลิตในสิ่งที่ตนถนัดแล้วนำมาแลกเปลี่ยนกัน ทำให้เกิดความชำนาญในสิ่งที่ตนถนัด การผลิตก็มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นด้วย
3. ช่วยการจ่ายความเจริญเติบโต การขนส่งช่วยในการติดต่อกันสะดวกและรวดเร็วขึ้น
4. มีการเปลี่ยนแปลงของสังคม การขนส่งทำให้มีการรับรู้วัฒนธรรมประเพณีของสังคมอื่นจึงมีการเลียนแบบกันทางสังคม
5. ช่วยให้การติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น ปัจจุบันโลกดูเหมือนแคบลงเพราะผู้คนสามารถเดินทางถึงกันได้เกือบทั่วโลก
6. ช่วยให้มีมาตรฐานการศึกษาที่ดีขึ้น การขนส่งช่วยให้การกระจายสภาพการศึกษากว้างขวางไปใน

ท้องถิ่นต่างๆ

7. ช่วยเพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างประเทศการ
ขนส่งช่วยให้ประเทศต่างๆ ได้ติดต่อกันสะดวกยิ่งขึ้น

ทำให้มีการแลกเปลี่ยนกันทางเศรษฐกิจและสังคม
สร้างความสัมพันธ์กันได้ดียิ่งขึ้น

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

8. ความสำคัญด้านอื่นๆ เช่น เพิ่มความมั่นคงให้กับประเทศ การขนส่งช่วยให้สามารถเข้าถึงประชาชนในชุมชนต่างๆ และการปกครองของรัฐบาลจึงเป็นไปได้ง่ายขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทราบถึงความต้องการของบริษัท อุตสาหกรรม และสามารถตอบสนองความต้องการของบริษัทฯ เรื่องของการเลือกใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. เพื่อนำระบบโลจิสติกส์มาพัฒนาการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ กรณีศึกษา บริษัทอุตสาหกรรมในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

3. นำปัญหาที่ได้ทำการวิจัย มาปรับปรุงแก้ไขในการให้บริการขนส่งด้วยตู้คอนเทนเนอร์

4. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการด้วยตู้คอนเทนเนอร์และนำมาปรับปรุงแก้ไข

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้วิจัยใช้การแจกแบบสอบถาม และนำผลการวิจัยในลักษณะการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์ ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้อธิบายค่าเฉลี่ย พิจารณาจากคะแนนของคำตอบ ซึ่งเป็นการวัดระดับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งด้วยตู้คอนเทนเนอร์ และการทดสอบสมมติฐานใช้การทดสอบค่า (T-test) และ (F-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนจำแนกทางเดียว (One Way Anova) โดยมุ่งเน้นการวิจัยเพื่อศึกษาสำรวจข้อเท็จจริง ความสัมพันธ์และแนวโน้มของเหตุการณ์การปฏิบัติ และปัญหาในปัจจุบันตามหลักเหตุผล เพื่อการปรับปรุงแก้ไขโดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลมาจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่งด้วยกัน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ข้อมูลปฐมภูมิเป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ ซึ่งดำเนินการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) โดยการใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมในการเลือกใช้บริการขนส่งสินค้า และทำการสัมภาษณ์ แบบเจาะลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึก กว้างขวาง เป็นต้น

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษา การตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การอ้างอิงเอกสารทางวิชาการ และวารสารการขนส่ง-โลจิสติกส์

ผลวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ ของ บริษัท อุตสาหกรรม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวนมากที่สุดมีอายุ 36-45 ปี รองลงมาอายุ 46-55 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของบริษัทลูกค้า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ ส่วนใหญ่มีประเภทของลูกค้าเป็นบริษัท จำนวนมากที่สุด มีประเภทของสินค้าที่ส่ง ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองลงมา อาหารแช่แข็ง มีปริมาณสินค้าที่ส่งโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 5,001 กิโลกรัมขึ้นไป รองลงมา 4,001-5,000 กิโลกรัม/ครั้ง มีความถี่ในการใช้บริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ 4 ครั้ง/เดือน รองลงมา มีความถี่ในการใช้บริการ 2 ครั้ง/เดือน จำนวนมากที่สุดใช้บริการตู้คอนเทนเนอร์ของบริษัท อื่นด้วย แต่ใช้น้อยกว่าการใช้บริการของ บริษัท อุตสาหกรรม

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ของ บริษัท อุตสาหกรรม ปัจจัยโดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ของ บริษัทฯ อยู่ในระดับมาก โดยพบว่า ด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความปลอดภัยในการขนส่ง และด้านความรวดเร็วในการให้บริการ รองลงมา ได้แก่ ด้านเส้นทางในการขนส่ง ด้านสถานที่จัดเก็บสินค้า ระหว่างการขนส่ง และด้านอัตราค่าบริการขนส่งตู้สินค้าภายในประเทศ ส่วนด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านแหล่งที่ทราบข้อมูลข่าวสารทางด้านการขนส่งของ บริษัท อุตสาหกรรม เป็นต้น

อภิปรายผล

ปัจจัยด้านเส้นทางการขนส่ง พบว่า ข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อการให้บริการมีการเชื่อมโยงกับสายเดินเรือต่างๆ รองลงมา ได้แก่ ข้อเส้นทางการขนส่งสินค้าเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับแนวคิดของ ธนิต โสรรัตน์ (2549, หน้า 75-114) ที่กล่าวว่า การขนส่งสินค้าทางทะเล เป็นการขนส่งที่ได้รับการนิยม เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่ถูกที่สุดสามารถขนส่งสินค้าได้คราวละมากๆ จึงทำให้มีต้นทุนด้านเชื้อเพลิงประมาณ 1 ลิตร ขนส่งสินค้าได้ประมาณ 217 เมตริกตัน ซึ่งจัดเป็นประเภทการขนส่ง ซึ่งมีต้นทุนที่ต่ำสุด ปัจจัยด้านความรวดเร็วในการให้บริการ พบว่า สอดคล้องกับงานวิจัย จูติมา วงศ์อินตะ (2545) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งด้วยรถบรรทุก พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยการให้บริการด้านความสามารถในการจัดส่งถึงที่ ตรงตามเวลาที่กำหนด (On Time Delivery) มากที่สุดปัจจัยด้านความปลอดภัยในการขนส่งสอดคล้องกับงานวิจัย จูติมา วงศ์อินตะ (2545, หน้า 90) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งด้วยรถบรรทุก พบว่าด้านการดูแลรักษาสินค้ามิให้เกิดความเสียหาย/สูญหายในระหว่างการจัดส่งผู้ผลิตสินค้าอุปโภคบริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยนี้เป็นอันดับที่ 4 ผลเสียจากการเกิดความเสียหาย/สูญหายในระหว่างการจัดส่งจะทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีทั้งต่อผู้จัดส่งและเจ้าของสินค้าเอง อีกทั้งยังเป็นการเสียเวลาและค่าใช้จ่ายโดยไม่จำเป็นอีกด้วย โดยปัจจัยด้านอัตราค่าบริการขนส่งตู้สินค้าภายในประเทศสอดคล้องกับงานวิจัยมณฑนา เล็กสมบูรณ์ (2547) เรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ ด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากมี 5 ด้าน เรียงค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3 ด้าน คือ ด้านการบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ส่วนอีก 2 ด้าน มีความพึงในระดับ ปานกลางเรียงตามลำดับ คือ ด้านการส่งเสริม

การตลาด ด้านลักษณะทางกายภาพ และผู้บริการ มีความพึงพอใจเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก และมีค่าเฉลี่ยมากที่สุดในแต่ละด้าน คือ อัตราค่าขนส่งเหมาะสมเมื่อเปรียบเทียบกับค่าบริการที่ได้รับการยอมรับ ความสะดวกในด้านสถานที่รับส่งสินค้า ปัจจัยด้านสถานที่จัดเก็บสินค้าระหว่างการขนส่ง สอดคล้องกับงานวิจัย วนิดา ไตรรงค์จิเหมา (2540) เรื่อง การพัฒนาประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าในภาคอีสานของบริษัท ทิพย์วาริ จำกัด สาขาขอนแก่น ซึ่งเป็นบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายน้ำดื่มทั่วภาคอีสาน พบว่า การตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างทั่วถึงและทันต่อความต้องการทางบริษัทจึงจำเป็นต้องมีคลังสินค้ากระจายอยู่ทั่วทั้งภาคฯ ทำให้ต้องมีการขนส่งสินค้าจากโรงงานผลิตไปยังคลังสินค้าแต่ละคลัง ดังนั้นทางบริษัทจึงเล็งเห็นว่าต้องพัฒนาการขนส่งสินค้าในภาคอีสานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น คือ ต้องสามารถขนส่งสินค้าได้ทันเพียงพอต่อความต้องการในการขาย เพื่อลดการสูญเสียโอกาสในการขายสินค้า โดยอาศัยกลยุทธ์ทางด้านปฏิบัติ การช่วยในการบริหารงานเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ปัจจัยด้านแหล่งที่ทราบข้อมูลข่าวสารทางด้านการขนส่งสอดคล้องกับงานวิจัย ปิยวรรณ หอมถวิล (2541) เรื่อง การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่องานโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาดขององค์กรธุรกิจ พบว่า บริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายเป็นตัวกลางในการทำให้องค์กรและธุรกิจต่างๆ ได้ทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาดให้โดยที่บริษัท ผู้ให้บริการเครือข่ายเป็นผู้ที่มีบทบาทในฐานะที่เป็นช่องทางการสื่อสารโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อนำ ข่าวสารของกลุ่มลูกค้าออกสู่สายตาสาธารณชน และผู้ที่เป็นลูกค้าของบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายมีการเลือกใช้บริการเห็นความสำคัญในเรื่องเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากบริษัทผู้ให้บริการเครือข่ายและอินเทอร์เน็ตเป็นสื่อมวลชนที่สามารถเข้าถึงผู้คนจำนวนมาก นอกจากนี้ลูกค้าของบริษัท ผู้ให้บริการเครือข่าย ยังมีการนำเสนอเนื้อหาเกี่ยวกับสินค้าและบริการให้กับ

ผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์ โดยเห็นว่าอินเทอร์เน็ตมีศักยภาพในการเปิดช่องทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาด ซึ่งเป็นทักษะจากองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน

ข้อเสนอแนะสำหรับการให้บริการขนส่งสินค้าด้วยตู้คอนเทนเนอร์ของผู้วิจัย

1. ด้านเส้นทางในการขนส่ง จะต้องเป็นไปตามความต้องการของลูกค้าและเส้นทางในการขนส่ง

พนักงานขับรถสามารถรู้เส้นทางเพื่อที่ลูกค้าจะได้ไม่เสียเวลาในการขนส่งสินค้า

2. ด้านความรวดเร็วในการให้บริการ ลูกค้าจะต้องประทับใจ ในการใช้บริการของ บริษัทการขนส่ง

3. ด้านอัตราค่าบริการขนส่งตู้สินค้าภายในประเทศ ทาง บริษัท อุตสาหกรรม การขนส่ง การจะปรับขึ้นอัตราค่าบริการจะต้องดูเกณฑ์มาตรฐานของบริษัทอื่นๆ ด้วยเพื่อที่จะได้ไม่เสียลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

ธนิต โสรัตน์. (2549). *Transport Logistics. HUB* : พรสวรรค์.

ปิยวรรณ หอมถวิล. (2541). *การใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเพื่องานโฆษณาประชาสัมพันธ์และด้านการตลาดและองค์กรธุรกิจ*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน, คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปรีชา พันธุมสินชัย และคณะ. (2549). *ความรู้พื้นฐานด้าน การจัดการซัพพลายเชน*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปรีชา ศรีเผ่าพันธ์. (2547). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกบริษัทผู้ให้บริการโลจิสติกส์ด้านการขนส่ง*. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจวิทยาลัยเซาธ์อีสท์ บางกอก.

มณฑนา เล็กสมบูรณ์. (2547). *ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการขนส่งสินค้าในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

วิโรจน์ พุทธิวิลี. (2547). *การจัดการโลจิสติกส์*. กรุงเทพฯ : โอเอซิส ปรี้นท์ติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง.

วนิดา ไตรรงค์จิตเหมาะ. (2540). *การพัฒนาประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าในภาคอีสาน*. การศึกษาอิสระบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ฐิติมา วงศ์อินตา. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งด้วยรถบรรทุก*. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิศวกรรมโยธา. ภาควิชาวิศวกรรมโยธา. คณะวิศวกรรมศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ : กรณีศึกษา สถานีขนส่งสินค้าพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม Factors affecting satisfaction of users : A case study Budhamonrhon truck terminal Nakhonpathoml Province.

สุริยะ ปั่นทอง¹

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ : กรณีศึกษา สถานีขนส่งสินค้าพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการและระดับความพึงพอใจหลังการใช้บริการสถานีขนส่งสินค้าพุทธมณฑลของกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า และกลุ่มพนักงานของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า 2) เพื่อแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพ ในการให้บริการด้านต่างๆ ของสถานีขนส่งสินค้าพุทธมณฑล และ 3) เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิจัยขั้นต่อไป โดยมีกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าที่เข้ามาใช้บริการจำนวน 18 ราย และกลุ่มของพนักงานของผู้ประกอบการ จำนวน 90 ราย เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับ ความคาดหวัง และความพึงพอใจในแต่ละด้าน กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่ม วิเคราะห์ด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการศึกษาพบว่า ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.30 มีอายุในช่วง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีระดับการศึกษาชั้นปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 30.00 มีสถานภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 50.70 และมีอาชีพเป็นเจ้าของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 29.30 มีรายได้อยู่ในช่วงต่ำกว่า 10,000 บาทคิดเป็นค่าร้อยละ 55.3 ด้านความคาดหวัง กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ก่อนเข้ามาใช้บริการสถานีขนส่งสินค้าพุทธมณฑล มีความคาดหวังก่อนเข้าใช้บริการในด้านสภาพแวดล้อมมากที่สุด และมีความพึงพอใจหลังเข้าใช้บริการ ในด้านบุคลากรมากที่สุด

คำสำคัญ : ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สถานีขนส่งสินค้าพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

¹ คณะบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Abstract

This research is Factors Affecting Satisfaction of Users : A case study

Budhamonrhon Truck Terminal Nakhonpathom Province. has the objectives as 1) To study expectation level of before and after using service and at Budhamonrhon Truck Terminal station of truck operator group and their officer 2) Guidelines the efficiency improvement in several services at Budhamonrhon Truck Terminal and 3) This research is information for next step. The sampling group was separated by two groups first is 18 Truck Operators group used these services and 90 Officers of Operator group in term of data collection used the questionnaires about expectation and satisfaction in each part so two these sampling groups were analyzed by Means and Standard Deviation.

Research result found that the most sampling group used services were male over female as 50.30 percent, age range 31-40 years 30 percent, education level at undergraduate 30, single status 50.70 percent, revenue range less than 10,000 Baht 55 percent and expectation part of Truck Operators sampling group before using services at Budhamonrhon was highest also satisfaction after using service was highest as well.

Keywords: satisfaction of users, Budhamonrhon truck terminal, Nakhonpathom Province.

บทนำ

สถานีขนส่งสินค้าพุทธมณฑล เกิดขึ้นจากการขนส่งทางบก ได้มีแนวความคิดในการจัดตั้งสถานีขนส่งสินค้าสาธารณะเพื่อจัดระเบียบด้วยรถบรรทุก ตั้งแต่ปี พ.ศ.2512 โดยรัฐบาลในสมัยนั้นได้มอบหมายให้องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.) ในปี พ.ศ.2522 รัฐบาลญี่ปุ่นโดย Japna International Cooperation Agency (JICA) ได้ให้ความช่วยเหลือในการศึกษาความเป็นไปได้ ซึ่งผลการศึกษาพบว่ากรุงเทพมหานครมีความเหมาะสมที่จะสถานีขนส่งสินค้าสาธารณะในปี พ.ศ. 2524 คณะรัฐมนตรี ได้มีมติให้ภาคเอกชนเป็นผู้ลงทุน จัดตั้งและดำเนินการสถานีขนส่งสินค้า กรมการขนส่งทางบกได้ออกประกาศเชิญชวนเอกชน รวมทั้งสิ้น 11 ครั้ง จึงได้ผู้สนใจลงทุน 2 แห่ง คือด้านทิศเหนือของกรุงเทพ

มหานครในเขตอำเภอรังสิต จังหวัดปทุมธานี และด้านทิศตะวันตกริมถนนบางนาตราด แต่ในที่สุดก็ต้องยกเลิกสัญญาเนื่องจากเอกชนทั้ง 2 รายประสบปัญหาในการการลงทุน (สำนักงานนโยบายและแผนกรมการขนส่งทางบก, 2530)

ต่อในปี พ.ศ.2533 กระทรวงคมนาคมได้มอบหมายให้ ร.ส.พ ดำเนินการจัดหาที่ดินและร่วมลงทุนกับภาคเอกชน แต่ไม่สามารถหาผู้ร่วมลงทุนได้ ปี พ.ศ.2535 คณะรัฐมนตรี จึงได้มีมติให้กระทรวงคมนาคมดำเนินการประกาศเชิญชวนให้เอกชนร่วมลงทุนอีกครั้ง กรมการขนส่งทางบกได้ออกประกาศเชิญชวนและมีผู้สนใจลงทุนจัดตั้งสถานีฯ จำนวน 3 ราย แต่ทั้ง 3 รายมีข้อเสนอเงื่อนไขหลายประการที่ทางราชการไม่สามารถดำเนินการได้ จึงได้ยกเลิกไป ต่อมาคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 23 มีนาคม 2536 ให้กรมการขนส่งทางบก ดำเนินโครงการก่อสร้างสถานี

ขนส่งสินค้าขานเมืองกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยใช้งบประมาณแผ่นดิน กรมการขนส่งทางบกจึงได้ทำการเวนคืนที่ดิน ในเขตกรุงเทพ-มหานครและปริมณฑล เพื่อก่อสร้างสถานีขนส่งสินค้า จำนวน 3 แห่ง คือ

1. ด้านก่อสร้างสถานีขนส่งสินค้าพุทธมณฑล รวมเป็นเงินประมาณค่าเวนคืนที่ดิน ทั้งสิ้น 161,2674,148 บาท

2. ทิศเหนือ ในท้องที่ตำบลคลองสี่ อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี เวนคืนที่ดินเนื้อที่ 225 ไร่ 1 งาน 25 ตารางวา ริมถนนวงแหวนรอบนอกด้านตะวันออก (ทางหลวงพิเศษหมายเลข 37) ประมาณกิโลเมตรที่ 13+500 โดยใช้เงินประมาณค่าเวนคืน 152,198,778 บาท เพื่อก่อสร้างสถานีขนส่งสินค้าคลองหลวง

3. ด้านทิศตะวันออก ในท้องที่แขวงคลองสาม ประเวศ เขตลาดกระบัง กรุงเทพมหานคร เวนคืนที่ดินเนื้อที่ 225 ไร่ 2 งาน 31 ตารางวา ริมถนนกรุงเทพ-ชลบุรี สายใหม่ ประมาณกิโลเมตรที่ 12+800 โดยใช้เงินงบประมาณเป็นค่าเวนคืนจำนวน 959,903,295 บาท เพื่อก่อสร้างสถานีขนส่งสินค้าร่มเกล้า

4. ด้านทิศตะวันตก ในท้องที่ตำบลบางเตย อำเภอสามปราชญ์ จังหวัดนครปฐม เวนคืนที่ดินเนื้อที่ 207 ไร่ 3 งาน 42 ตารางวา ริมถนนบรมราชชนนี (ทางหลวงพิเศษหมายเลข 338) ประมาณกิโลเมตรที่ 22+400 โดยใช้เงินงบประมาณเป็นค่าเวนคืนจำนวน 500,572,075 บาท เพื่อการศึกษาผลกระทบต่องสิ่งแวดล้อมและการสำรวจออกแบบก่อสร้างกรมการขนส่งทางบกได้ว่าจ้างบริษัท ฟรี ดีเวลลอปเม้นท์ คอนซัลแตนท์ จำกัด และบริษัททีทีไค คอนซัลแตนท์ จำกัด ให้ทำการศึกษารายละเอียดของโครงการสถานีขนส่งสินค้า โดยใช้เงินงบประมาณจำนวน 2,730,000 บาท บริษัท เอพซิลอน จำกัด ให้ทำการสำรวจและออกแบบเพื่อก่อสร้างสถานีขนส่งสินค้า ทั้ง 3 แห่ง โดยใช้ผลการศึกษารายละเอียดของโครงการ

มาใช้ในการออกแบบก่อสร้างสถานีฯ ด้วยโดยใช้เงินงบประมาณจำนวน 9,500,000 บาท (สำนักงานนโยบายและแผน กรมการขนส่งทางบก, 2530) โดยภาครัฐบาลได้เล็งเห็นถึงความจำเป็นในการแก้ไขปัญหาในด้านต่างๆ เช่น

1. ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้รถบรรทุกขนาดใหญ่ขนส่งสินค้าระหว่างเมืองโดยที่ผู้ประกอบการขนส่ง สามารถใช้รถบรรทุกหมุนเวียนได้ตลอด 24 ชั่วโมง เมื่อรถเข้ามาใช้สถานีฯ จึงไม่จำเป็นต้องจอดรถบรรทุกรอเวลาอนุญาตเข้าเมือง ดังนั้นผู้ประกอบการขนส่ง จึงสามารถใช้รถบรรทุกขนาดใหญ่ขนส่งสินค้าได้จำนวนที่เยอะมากขึ้นในระยะเวลาที่เท่ากัน ทำให้เกิดประโยชน์ในทางธุรกิจและเกิดความคุ้มค่าในการใช้รถบรรทุก

2. ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งถ่ายสินค้า เนื่องจากได้ออกแบบก่อสร้างอาคารขนถ่ายสินค้าให้มีความเหมาะสมกับการขนถ่ายสินค้าระหว่างรถบรรทุกขนาดใหญ่กับรถบรรทุกขนาดเล็ก ทำให้การขนถ่ายสินค้าเป็นไปโดยสะดวกและรวดเร็ว ทำให้ลดปัญหาจราจร ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหามลพิษ ปัญหาสังคม เป็นต้น โดยรัฐบาลได้เห็นว่า สถานีขนส่งสินค้าเป็นกลไกสำคัญในการจัดระเบียบการขนส่งสินค้าและการพัฒนาการขนส่งทางถนน เนื่องจากใช้เป็นจุดรวบรวมและกระจายสินค้าผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตลอดจนยังมีส่วนช่วยในการส่งเสริมธุรกิจการขนส่งสินค้า และการขนถ่ายสินค้าของภาคเอกชนเกิดความคุ้มค่า สะดวก รวดเร็ว ประหยัดเวลา ประหยัดค่าใช้จ่าย และปลอดภัย ซึ่งเป็นผลดีอย่างมากต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย

สถานีขนส่งสินค้าแต่ละแห่งมีกิจกรรมหลัก คือ การขนส่งถ่ายสินค้าทั่วไป (ไม่มีสินค้าตู้คอนเทนเนอร์) ผ่าน Cross-Dock Platform โดยดำเนินการใช้ประโยชน์ด้านการขนส่งมากกว่าการเพิ่มมูลค่าสินค้า กิจกรรมรอง คือ การรับฝากสินค้า สำหรับกิจกรรม

อื่นๆ เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ประกอบการขนส่งสินค้า เช่น การดูแลพนักงานให้มีที่พักอย่างถูกสุขลักษณะและเพียงพอกับความต้องการ การบำรุงรักษาและทำความสะอาดรถยนต์ นอกจากนี้ ทางกรมการขนส่งทางบกอยู่ในระหว่างการจัดสร้างอาคารตรวจสภาพขึ้นไว้ภายในสถานีขนส่งสินค้าทั้ง 3 แห่ง เพื่อให้มีการบริการตรวจสภาพและต่อทะเบียนสำหรับผู้ประกอบการขนส่งสินค้า

ดังนั้นหลังจากที่สถานีขนส่งพุดมณฑล ได้เปิดให้บริการอย่างเป็นทางการควรมีการศึกษาว่า ผู้ใช้บริการนั้นเกิดการคาดหวังอย่างไรก่อนเข้ามาใช้บริการ และเมื่อใช้บริการแล้วเกิดความพึงพอใจอย่างไร มีความคิดเห็นอย่างไร สามารถตอบสนองความต้องการได้มากน้อยเพียงใดเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์

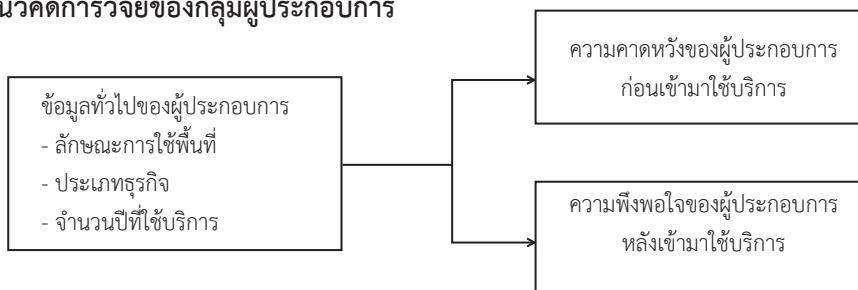
และวางแผนงาน ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคาดหวังก่อนการใช้บริการและระดับความพึงพอใจหลังการใช้บริการ สถานีขนส่งสินค้าพุดมณฑลของกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้าและกลุ่มพนักงานของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า
2. เพื่อแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการด้านต่างๆ ของสถานีขนส่งสินค้าพุดมณฑล
3. เพื่อนำข้อมูลที่ได้ใช้เป็นข้อมูลในการวิจัยขั้นต่อไป

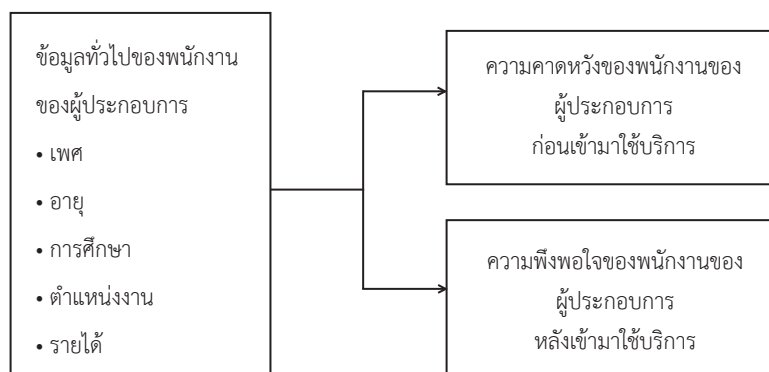
กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. แนวคิดการวิจัยของกลุ่มผู้ประกอบการ



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยของกลุ่มผู้ประกอบการ

2. แนวคิดการวิจัยของกลุ่มพนักงานของผู้ประกอบการ



ภาพ 2 กรอบแนวคิดการวิจัยของกลุ่มพนักงานของผู้ประกอบการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. นำผลการวิจัยไปจัดทำนโยบายของความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการภายในสถานีส่งสินค้าพุทธมณฑล
2. นำข้อมูลที่ได้จากงานวิจัยไปศึกษาเพื่อปรับปรุงการบริหารงาน กระบวนการ และพฤติกรรมของบุคลากรผู้ปฏิบัติงาน
3. เป็นแนวทางการศึกษาค้นคว้าสำหรับผู้ที่จะทำงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่อไป

ขอบเขตของงานวิจัย

กลุ่มจำนวนประชากรที่ใช้ศึกษาข้อมูล คือ ผู้ใช้บริการภายในสถานีส่งสินค้าพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โดยแบ่งกลุ่มจำนวนประชากรเป็น 2 กลุ่มคือ

1. กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า
2. กลุ่มเจ้าหน้าที่ของผู้ประกอบการ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจสำหรับผู้ใช้บริการสถานีส่งสินค้าพุทธมณฑล ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัยตามขั้นตอน

รูปแบบของการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นรูปแบบลักษณะเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในรูปแบบร้อยละ (Percentage) และผู้วิจัยได้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการประมวลผลข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

เนื่องจากสถานีส่งสินค้าพุทธมณฑลนั้นมีการให้บริการอื่นๆ ภายในสถานีส่งสินค้า ด้วย อาทิ การต่อภาษีรถยนต์ การขอใบอนุญาตขับขี่ จึงทำให้มีผู้เข้ามาใช้บริการจำนวนมาก เช่น ผู้เข้ามาเพื่อส่งสินค้า ผู้ที่เข้ามาทำใบอนุญาตขับขี่รถยนต์ ผู้ที่เข้ามาต่อภาษีรถยนต์ประเภทต่างๆ ซึ่งกลุ่มประชากรดังกล่าว เป็น

ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเป็นครั้งคราว จึงไม่มีความคาดหวังในการเข้ามาใช้บริการสถานีส่งสินค้า ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ที่เป็นผู้ใช้บริการประจำอย่างต่อเนื่อง ซึ่งกลุ่มประชากรกลุ่มนี้มีความจำเป็นต้องใช้บริการสถานีส่งสินค้าในการประกอบธุรกิจ หรือประกอบอาชีพต่างๆ คือ

1. กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ได้แก่ เจ้าของกิจการขนส่งสินค้า ที่ใช้บริการสถานีส่งสินค้าพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม จำนวนรวม 30 ราย และได้สุ่มแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด (สถานีส่งสินค้าพุทธมณฑล เดือนมกราคม 2558)

2. กลุ่มพนักงานของผู้ประกอบการที่ใช้บริการสถานีส่งสินค้าพุทธมณฑล ได้แก่ พนักงานทุกระดับ อาทิ ผู้จัดการ ผู้ช่วยผู้จัดการ หัวหน้าแผนก ผู้ช่วยหัวหน้าแผนก พนักงาน ทั้งหมดมีจำนวน 300 คน ซึ่งอยู่ในแผนกต่างๆ ของบริษัทขนส่งสินค้า เช่น แผนกบัญชี แผนกคลังสินค้า แผนกตรวจรับสินค้า แผนกธุรการ เนื่องจากไม่สามารถที่จะศึกษาประชากรได้ทั้งหมดจึงได้สุ่มแบบสอบถามจำนวน 169 ชุด (ตามตารางสำเร็จรูปของเครื่องซีและมอร์แกน)

การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้ศึกษาวิจัยใช้เครื่องมือ คือแบบสอบถาม โดยตรงจากผู้ที่ใช้บริการสถานีส่งสินค้าพุทธมณฑล จึงเป็นการสัมภาษณ์และให้กลุ่มตัวอย่างได้ตอบแบบสอบถาม การออกแบบสอบถาม แบ่งเป็นแบบสอบถามแต่ละชุดประกอบด้วยคำถาม 2 ชุด คือ

ชุดที่ 1 ชุดของผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 3 ส่วนได้แก่

1.1 ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับผู้ประกอบการ อาทิ ประเภทการใช้บริการ ระยะเวลาที่ใช้บริการ ประเภทของธุรกิจ เป็นต้น

โดยคำถามแบบเลือกตอบและเติมคำจำนวนทั้งหมด 6 ข้อ

1.2 ส่วนที่ 2 สอบถามระดับความคาดหวัง

ก่อนเข้าใช้บริการสถานีขนส่งสินค้าพุทธมณฑล ซึ่งเป็นแบบสอบถามปลายปิด (Closed End) มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยคำถามในแบบสอบถามส่วนที่ 2 นี้ นั้นผู้วิจัยได้แบ่งคำถามเป็น 2 ตอน คือ การสอบถามความคาดหวังของผู้ประกอบการ ก่อนเข้ารับบริการว่า ผู้ประกอบการมีความคาดหวังในแต่ละด้านอย่างไรบ้าง และเมื่อผู้ประกอบการเข้าใช้บริการแล้วเกิดความพึงพอใจแต่ละด้านอย่างไรบ้าง ผู้วิจัยได้แบ่งระดับของความคาดหวังออกเป็น 5 ระดับ จำนวนทั้งหมด 18 ข้อ และมีเกณฑ์การให้น้ำหนักคะแนน ดังนี้

คาดหวังมากที่สุด	คะแนน	5
คาดหวังมาก	คะแนน	4
คาดหวังปานกลาง	คะแนน	3
คาดหวังน้อย	คะแนน	2
คาดหวังน้อยที่สุด	คะแนน	1

การวิเคราะห์ผลและสรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติพื้นฐาน

1.2 ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) เพื่อใช้แปลความหมายของข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการผู้ที่ใช้บริการสถานีขนส่งสินค้าพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

1.4 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ร่วมกับค่าเฉลี่ยเพื่อแสดงการกระจายของข้อมูลความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีขนส่งสินค้าพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม

เนื่องจากบางครั้งข้อมูลในแต่ละชุด มีจำนวนข้อมูลทั้งหมดแตกต่างกันมา

1.2 ตอนที่ 2 วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ยเลขคณิต

$\bar{x}$ และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) แบบสอบถามความคาดหวังของผู้ประกอบการ และพนักงานของผู้ประกอบการ ก่อนเข้ารับบริการวิเคราะห์ด้วยร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Means) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยวิธีการแปลงตัวเลือกให้เป็นคะแนนมาตรฐาน 5 ระดับ ดังนี้

การหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) (ขึ้นอารมณ์ ภาระพฤติ, 2533, หน้า 84) คำนวณ ดังนี้

$$\text{ค่าเฉลี่ย } \bar{x} = \frac{\sum fx}{n - 1}$$

$\bar{x}$ = ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum$ = ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

X = ค่าข้อมูลแต่ละตัว

f = จำนวนความถี่ของข้อมูลแต่ละตัว

n = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

สูตร ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ขึ้นอารมณ์ ภาระพฤติ, 2533, หน้า 84) คำนวณ ดังนี้

$$S.D = \sqrt{\frac{\sum f(xi - \bar{x})^2}{n - 1}}$$

S.D = ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$\bar{x}$ = ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum$ = ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

X = ค่าข้อมูลแต่ละตัว

f = จำนวนความถี่ของข้อมูลแต่ละตัว

n = จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด

การแปลความหมาย

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายสำหรับค่าเฉลี่ยความคิดเห็นแต่ละด้านจะนำมาเทียบเกณฑ์ และผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์ในการแปลผลตาม

แนวคิดของ Best (1981, p. 182) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง มีระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง มีระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง มีระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง มีระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง มีระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

- ข้อเสนอแนะทั่วไปเป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open form) โดยแบ่งพิจารณาออกเป็นด้าน

ผลการดำเนินงาน

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาในหัวเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสถานีสินค้าพทุมณฑล ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Study) ผู้ศึกษาวิจัย ได้แบ่งประชากรกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าจำนวน 18 ราย และกลุ่มของ พนักงานของประกอบการขนส่งสินค้าจำนวน 90 ราย

ผลการวิจัย

กลุ่มของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า

ในกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการขนส่งสินค้าที่เข้ามาใช้บริการ นั้น มีความคาดหวังในระดับมากที่สุดระดับมากที่สุดในด้านต่างๆ ที่จะเข้ามาใช้บริการ เนื่องจากคาดหวังว่า สถานีขนส่งสินค้าพทุมณฑล จะมีความพร้อมในการให้บริการทั้งในด้านบุคลากร ด้านสภาพแวดล้อม ด้านกฎระเบียบข้อบังคับ และด้านข้อมูลข่าวสารต่างๆ ซึ่งล้วนแต่เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นในการดำเนินการทางธุรกิจ โดยเหตุที่กลุ่มตัวอย่าง

มีความคาดหวังในด้านสภาพแวดล้อมน้อยกว่าคาดหวังในด้านบุคลากรและด้านอื่นๆ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างคาดหวังปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมนั้นเป็นปัจจัยพื้นฐานสินค้าพทุมณฑล นั้นควรมีเจ้าหน้าที่ส่วนกลางไว้คอยดูแลและให้บริการต่อผู้ประกอบการขนส่งสินค้าทั้งในเรื่องของข้อมูลข่าวสาร เรื่องของการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า อาทิ การที่กระแสไฟฟ้าเกิดขัดข้อง รวมถึงการติดต่อประสานงานในเรื่องต่างๆ เป็นต้น

กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งสินค้า มีความพึงพอใจมากกว่าในด้านของบุคลากรที่มีความคาดหวังสูงสุด เนื่องจากมีการคมนาคมที่สะดวก ในการเดินทางเข้าใช้สถานีขนส่งสินค้า แม้ว่ากลุ่มของผู้ประกอบการขนส่งสินค้านั้นมีระดับความพึงพอใจน้อยกว่าระดับความคาดหวัง แต่ยังถือว่าอยู่ในระดับที่ดี และสิ่งที่กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า ต้องการให้ปรับปรุงแก้ไขคือการให้มีเจ้าหน้าที่ของสถานีขนส่งสินค้าไว้คอยให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ให้ลุล่วงด้วยดี

กลุ่มพนักงานของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า

ในกลุ่มตัวอย่างพนักงานของผู้ประกอบการขนส่งสินค้าที่เข้ามาใช้บริการนั้นมีความคาดหวังด้านสภาพแวดล้อมมากที่สุด เนื่องจากต้องการให้มีระบบขนส่งมวลชน รถประจำทางเข้ามาให้บริการภายในสถานีขนส่งสินค้า หรือผ่านด้านหน้าสถานีฯ โดยในปัจจุบันนี้ยังไม่มีเส้นทางรถประจำทางของ ขสมก. วิ่งผ่านบริเวณหน้าสถานีขนส่งสินค้าพทุมณฑล ทำให้พนักงานของผู้ประกอบการขนส่งสินค้านั้นมีการเดินทางที่ไม่สะดวกเท่าที่ควร

อภิปรายผล

ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สถานีขนส่งสินค้าพทุมณฑล พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธาตุ บารุงพงศ์ (2542) เรื่องการ

เข้ามาใช้บริการของกลุ่มสินค้าที่ใช้การขนส่งผ่านสถานีขนส่งสินค้า ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรม และอัตราของการเดินทางขนส่งสินค้าในเขตเมืองด้วยรถบรรทุกที่มีค่าสูงกว่าการขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุก การควบคุมพื้นที่เข้าออกรถบรรทุกในแนวถนนวงแหวนรอบนอกทำให้มูลค่าของการขนส่งสินค้าลดลงหรือสามารถพัฒนาประสิทธิภาพของการขนส่งสินค้าได้ร้อยละ 24 เมื่อเทียบกับปัจจัยจากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการควบคุมพื้นที่เข้าออกรถบรรทุกเป็นแนวทางหนึ่งสามารถนำมาปฏิบัติเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพของการขนส่งสินค้าในเขตเมืองได้โดยสอดคล้องกับ พัทธนพิชัย (2544) พบว่า รูปแบบความร่วมมือประกอบการขนส่งสินค้าสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งด้านการลดค่าใช้จ่ายประกอบธุรกิจการขนส่ง จากการลดระยะทางขนส่งให้แก่ผู้ประกอบการได้ รูปแบบการแบ่งพื้นที่การขนส่งลดค่าใช้จ่ายประกอบธุรกิจได้ร้อยละ 13.24 ขณะที่รูปแบบการบริหารกิจการร่วมกันสามารถลดค่าใช้จ่ายได้ร้อยละ 17.70 โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ มีความเข้าใจในเบื้องต้นและมีความเห็นด้วยในหลักการของความร่วมมือประกอบการขนส่งสินค้า แต่ยังขาดความชัดเจนในด้านแนวทางการปฏิบัติสำหรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นในภาคสังคม พบว่าหากนำรูปแบบความร่วมมือประกอบการขนส่งประยุกต์ใช้ร่วมกับการขนส่งสินค้าในเขตเมืองจะสามารถลดการแพร่กระจายของมลพิษ กลุ่มไนโตรเจนออกไซด์ (NOx) ได้ 470.35 ตันต่อปี และลดการนำเข้าเชื้อเพลิงได้ถึง 335.42 ล้านบาทต่อปี

ดังนั้น หากภาครัฐมีการส่งเสริมและให้ความรู้ตลอดจนวางแนวทางในการปฏิบัติที่ชัดเจน เชื่อว่าผู้ประกอบการจะมีความสนใจที่จะประกอบการขนส่งรูปแบบดังกล่าว ซึ่งเท่ากับเป็นการพัฒนาประสิทธิภาพการขนส่งสินค้าในเขตเมืองอีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัย ศิวตล ปาริชาติกานนท์ (2546) พบว่าผลของความร่วมมือในการประกอบการขนส่งสินค้านี้ระหว่างภูมิภาค โดยอาศัยแนวคิดความร่วมมือระหว่าง

ผู้ประกอบการร่วมกิจกรรมการขนส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ทำการศึกษา จากกลุ่มผู้ประกอบการภายในสถานีขนส่งสินค้าสามแห่ง ได้แก่ สถานีขนส่งสินค้าคลองหลวง พุทธมณฑล ริมเกล้า สำหรับการวิเคราะห์ได้ใช้วิธีกำหนดเชิงเส้นในการหาแบบการขนส่งที่ทำให้เกิดค่าใช้จ่ายต่ำที่สุดภายใต้แนวคิดความร่วมมือในการประกอบการขนส่งโดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนแรกสินค้าในปัจจุบันกับรูปแบบความร่วมมือในการประกอบการขนส่งสินค้ากรณีสินค้าเพื่อรวบรวมก่อนทำการขนส่งในระยะเวลาหนึ่งวัน สองวัน และสามวัน ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะการบรรทุกแบบไม่เต็มคันมีจำนวนเที่ยวขนส่งต่อวันคิดเป็นร้อยละ 36 ของจำนวนเที่ยวทั้งหมดรูปแบบการขนส่งสินค้าภายใต้แนวคิดความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการกรณีสินค้าเพื่อรวบรวมก่อนการขนส่งเป็นเวลาหนึ่งวัน สามารถทำให้จำนวนเที่ยวและระยะทางในทางขนส่งของรถบรรทุกลดลง ส่งผลต่อต้นทุนค่าใช้จ่ายรวมในการขนส่งลดลง ร้อยละ 32 กรณีสินค้าเพื่อรวบรวมก่อนทำการขนส่งเป็นเวลาสองวัน และสามวันจะทำให้ค่าใช้จ่ายการขนส่งลดลงไปได้ถึงร้อยละ 40 และ 44 ตามลำดับ

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยจึงเลือกวิธีการในการวิจัยและได้ดำเนินการวิจัยโดยการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างของประชากร ผู้ที่ใช้บริการสถานีขนส่งสินค้าพุทธมณฑล และได้แบ่งกลุ่มประชากรเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มของผู้ประกอบการขนส่งสินค้า และกลุ่มของพนักงานของผู้ประกอบการขนส่ง

ข้อเสนอแนะ

จากประเด็นปัญหาต่างๆ ที่กล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาวิจัย มีข้อเสนอแนะในการดำเนินการแก้ไขปรับปรุงเพื่อให้ผู้ใช้บริการภายในสถานีขนส่งสินค้าพุทธมณฑล มีความพึงพอใจสูงสุด และเพื่อเป็นต้นแบบในการดำเนินการบริหารงานสถานีขนส่งสินค้าในส่วนภูมิภาคต่อไป ดังนี้

1. ควรมีการจัดประชุมผู้ประกอบการขนส่งที่ประกอบกิจการภายในสถานีส่งสินค้าอย่างน้อย 6 เดือน 1 ครั้ง เพื่อขอความร่วมมือและปรึกษาหารือแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

2. ในการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในเรื่องของความรู้สึกรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคล ทำให้ทราบถึงประเด็นปัญหาและความต้องการของผู้ใช้บริการในระดับหนึ่ง

3. ในการพิจารณาตามคำขอของผู้ประกอบการขนส่งในเรื่องต่างๆ บางครั้งหรือบางกรณีนั้น มีขั้นตอนมากเกินไปกว่าที่ทางราชการจะอนุญาตให้ผู้ประกอบการขนส่งดำเนินการได้อาจส่งผลเสียต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ เช่น การขอเพิ่มเลขหมายโทรศัพท์ หรือการขอคล้ายๆ กันให้สามารถดำเนินการได้เลย

4. ควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ผู้ใช้บริการสถานีส่งสินค้าและประชาชนทั่วไป ทราบถึงข้อมูลรายละเอียด หรือกิจกรรมต่างๆ ของสถานีส่งสินค้า เช่น การประชาสัมพันธ์ข่าวสารที่เป็นประโยชน์โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หรือ ทางเว็บไซต์

5. ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาให้ข้าราชการเจ้าหน้าที่ ที่ปฏิบัติงานที่สถานีส่งสินค้าได้มีโอกาส

เข้ารับการฝึกอบรม และ/หรือดูงานในเรื่องที่เกี่ยวข้องหรือเกี่ยวข้องกับสถานีขนส่งสินค้า

6. กรมการขนส่งทางบกควรพิจารณาจัดสรรงบประมาณ บุคลากร และอุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็นต้องใช้ในกิจการสถานีส่งสินค้าให้มากขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยในเรื่อง ความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ สถานีขนส่งสินค้าพุทธมณฑล สำเร็จลุล่วงได้ เพราะได้รับการอนุเคราะห์จากบุคคลต่างๆ ที่ได้สละเวลาในการให้คำปรึกษา คำแนะนำ ความคิดเห็น ตรวจสอบและแก้ไขข้อบกพร่องที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่องานวิจัย ดังนั้นผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอบพระคุณคุณ บิดา มารดา ที่ให้ความช่วยเหลือ และเสียสละเวลาในการเก็บข้อมูลแบบสอบถามจากประชากรชุมชนทำน้าสามเสน คอยให้กำลังใจตลอดเวลาในการทำงานวิจัยนี้ขาดตกบกพร่อง หรือมีข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าขอภัยเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้ด้วย และข้าพเจ้าหวังเป็นอย่างยิ่งว่ารายงานการวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้สนใจศึกษาต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วาณิชยปัญญา. (2548). **สถิติสำหรับงานวิจัย**. กรุงเทพฯ:โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉัตรชัย ไกรสรกิตติกุล.(2546). **การศึกษาระบบการจราจรและที่จอดรถบรรทุกทุกสำหรับการขนถ่ายสินค้าภายในบริเวณ สถานีขนส่งสินค้าพุทธ มณฑลกรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- ชื่นอารมณั ภาระพฤติ. (2533). **วิธีวิจัยธุรกิจ**. กรุงเทพฯ : ภาควิชาการตลาด,คณะวิทยาการจัดการ สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- ธาดุด บำรุงพงศ์. (2544).**การขนส่งสินค้าในเมือง**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- พัชนพ ต้นพิชัย. (2544).**แนวทางการจัดการขนส่งสินค้าในเขตเมือง**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- รัชวลี วรฤทธิ. (2548). **ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา วิทยานิพนธ์ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**.
- ลดาวลัย ทรัพย์อยู่. (2543). **ความพึงพอใจของนักศึกษาต่อสภาพแวดล้อมของสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์**. กรุงเทพฯ : คณะพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- Best, J. W. (1981). **Research in education (4th ed.)**. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.

Types of digital marketing tactics affecting expected benefits: A case study of B2C businesses in bangkok.

WISSAWA AUNYAWONG¹

Abstract

The objective of this survey research was to understand the influence of digital marketing types in relation to expected benefits of B2C Businesses. The hypotheses were based on the different digital marketing tactics affecting different expected benefits of B2C entrepreneurs. Participants in this study were 30 individuals, running B2C Businesses in Bangkok, Thailand. Sampling technique used to select samples in this study was convenience sampling. The researcher was approached to gather the completed questionnaire from entrepreneurs. The statistics used were frequency, percentage, mean, standard deviation

The findings found that the higher use intensity of website marketing leads to more corporate image development, but not to brand awareness creation. Moreover, they found that the higher use intensity of website marketing leads to more brand awareness creation and more corporate image development as well, but lower extent to corporate Image Development. As a result, these results provide support to previous literature regarding the main digital marketing technique most of the B2C businesses use to create brand awareness is social media marketing. These results also sustain earlier literature that social media marketing can improve brand awareness and corporate image.

Keywords: Digital Marketing, E-Commerce, Brand Awareness, Corporate Image

¹Department of Logistics (International) College of logistics and Supply Chain Suan Sunandha University

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัยเชิงสำรวจฉบับนี้คือเพื่อทำความเข้าใจอิทธิพลของประเภทของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่มีความสัมพันธ์กับผลประโยชน์ที่ธุรกิจคาดหวัง โดยมีสมมติฐานงานวิจัยว่าประเภทของกลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่ต่างกัน มีผลกระทบต่อความคาดหวังของผู้ประกอบการที่ต่างกันเกี่ยวกับผลประโยชน์ของธุรกิจที่มุ่งเน้นการบริการกับผู้บริโภค กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือผู้ประกอบการธุรกิจที่มุ่งเน้นการบริการกับผู้บริโภคในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวน 30 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญหรือตามสะดวก ซึ่งนักวิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่าความเข้มข้นของการใช้การตลาดบนเว็บไซต์ที่สูงกว่านำไปสู่การพัฒนาภาพลักษณ์ของธุรกิจที่ดีกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับการสร้างการรับรู้ในตราสินค้า นอกจากนี้ยังพบว่าความเข้มข้นของการใช้การตลาดบนเว็บไซต์ที่สูงกว่านำไปสู่การสร้างการรับรู้ในตราสินค้าด้วย แต่น้อยกว่าการนำไปสู่การพัฒนาภาพลักษณ์ของธุรกิจ ดังนั้นผลงานวิจัยเหล่านี้สนับสนุนวรรณกรรมในอดีตที่พบว่ากลยุทธ์ของการตลาดดิจิทัลที่ธุรกิจที่มุ่งเน้นการบริการกับผู้บริโภคส่วนใหญ่ใช้ในการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าคือการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์สามารถปรับปรุงการสร้างการรับรู้ในตราสินค้าและภาพลักษณ์ของธุรกิจ

คำสำคัญ : การตลาดดิจิทัล, การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, การรับรู้ในตราสินค้า, ภาพลักษณ์ของธุรกิจ

1. INTRODUCTION

In simpleminded terms, digital marketing is the promotion of products or brands via one or more forms of electronic media. Digital marketing differs from outdated marketing in that it involves the use of channels and methods that enable an organization to analyze marketing campaigns and understand what is working and what isn't – typically in real time. Digital marketing includes Website Page Marketing, Content Marketing, SEO Marketing, Social Media Marketing, Online PR Marketing, E-mail Marketing, Mobile & Apps Marketing, Online Video and Viral Marketing, etc. (SAS Institute Inc., 2015). Digital Marketing

has many benefits such as to generate higher conversion rates, save firm money, to enable real-time customer service, to generate higher revenues, to deliver higher ROI from company's campaigns, and to compete with large corporations (Geogorio, 2015).

Although B2C companies perceive usefulness of digital marketing, they can be unsuccessful due to inappropriate digital marketing strategies with their expectation. Some businesses spend much of their budgets on digital marketing without deliberating the certainly effective strategies. In some case, many entrepreneurs only focus on Website Marketing with the expectation of increasing

customers. They sometimes neglect another important type of digital marketing tactics, Social Media Marketing on Smartphone (Palermo, 2014) which can lead their potential customers to have more opportunities to access to the product information because the people, both teenagers and mature persons, extensively Smartphone users, can perceive marketing communications even though when they go outside. On the other hand, many businesses emphasize Social Media Marketing rather than Website and Landing Page Marketing caused by cost-saving issue. Social Media Marketing allows businesses to engage in well-timed and direct end-consumer contact at relatively low cost, but Social Media cannot lead to good corporate creditability. (Kaplan & Haenlein, 2010). However, both types of Digital Marketing Tactics have their own specific advantage. Furthermore, the extant study found that many small businesses are still slow to pick on the trend, Digital Marketing. They think digital marketing is as complicated as it seems (Gregorio, 2015). As a result, this study will attempt to simplify the perception of Digital Marketing.

The positive effect can occur from digital marketing strategy suitability with the businesses' expected benefits. Meanwhile negative effect can arise from digital marketing strategy impropriety with the businesses' expected benefits. It is important to understand use intensity of different digital marketing strategies that explain the result of specific

benefits. This study emphasizes the implications of digital marketing, which is counted as scientific approach to generate beneficial information to guide the potential B2C businesses in how best to set their marketing strategies (Wind & Mahajan, 2001). This study is believed that there is a lack of contribution into digital marketing. Although there are numerous printed materials about Marketing, they cannot be applied directly to Digital Marketing (Fana & Tsai, 2010). Digital Marketing Tactics are relatively new and still evolving (Wind & Mahajan, 2001).

This study relating the possible associations between both types of digital marketing, Website Marketing and Social Media Marketing, and expected benefits, will definitely provide the new B2C businesses with useful implications for planning the proper digital marketing strategies. This research also certainly provides the existing B2C businesses with useful implications for improving business effectiveness, especially in terms of brand awareness and corporate Image.

2. THE OBJECTIVES OF THE STUDY

Because many successful companies have their own digital marketing strategies depended on their different expectations, the objective of this research was to understand the influence of digital marketing types in relation to expected benefits of B2C Businesses in Bangkok. To accomplish this objective, related studies are cautiously reviewed. Hypotheses are designed and

tested using the survey data collected in Bangkok in 2015.

3. THE SCOPE OF THE STUDY

The scope of our research has been limited within the boundary at two types of digital marketing tactics (website marketing and social media marketing) concerned for doing businesses in Bangkok. The business model that the author has chosen is the B2C business. This has allowed the author to exactly measure the different benefits between website marketing use and social media marketing use. To meet the research purpose, the B2C businesses in various industries are focused as they are the research topic, such as coffee, fashion clothing, soccer clothing, cosmetics, shampoo, chocolate, sports shoes, language academy, music academy, garage, car accessory, magazine, and automobile parts. Since this research is aimed to study two types of digital marketing tactics, other digital marketing tactics are excluded. To further confine this research, the author could have only considered information retrieved from B2C businesses locating in Bangkok, apart from other areas.

4. CONCEPTUAL FRAMEWORK AND HYPOTHESIS

For this research, we have created the conceptual framework based on existing knowledge and theoretical perspectives from critical literature review. The conceptual framework has been developed to explain the

relationship between the use intensity of two types of Digital Marketing Tactics, Website Marketing and Social Media Marketing, and two different expectations. Independent variables are Use intensity of Website-Marketing and Use Intensity of Social-Media Marketing. Dependent variables are Corporate Image Development and Brand Awareness Creation. Accordingly, data from both primary and secondary sources will be used to test the validity and to support the conceptual framework in answering the research problem.

To create brand awareness, the companies have to design the advertisement emphasized the interesting and recognition of potential customers and keep out of sale volume (Percy & Rossiter, 1992). Previous study found that most of the US B2C businesses, using social media, mostly expected to create brand awareness. However, others expected to create Brand loyalty, and to increase sale volume (Chainirun, 2011). Social Media Marketing can have an exponential effect on brand awareness. According to a study from Ipsos, 38 percent of people have recommended a brand they “like” or follow on a social network (Roesler, 2014). In contrast, Website Marketing, particularly Landing Page, was quite used to increase sale volume rather than create brand awareness. The B2C businesses customarily use landing pages to reach information of potential customers. The B2C businesses propose the website visitor to leave their contact information for some benefits, such as product discount (Nusse, 2014). As both

digital marketing tactics are used for different mainly expectations of different, the following is hypothesized:

Hypothesis 1a: Use Intensity of Website-Marketing will be negatively related on Brand Awareness Creation.

Hypothesis 1b: Use Intensity of Social-Media Marketing will be positively related on Brand Awareness Creation.

Respect to positive information provided one-sided to customers, many B2C businesses often use website as the main marketing strategy to improve their corporate image. Those B2C businesses also believe that company Website-Marketing makes their businesses more corporate creditability than Social-Media Marketing due to domain name registration etc (Pongwittayapanu, 2008). However, some B2C businesses, focusing on social Media, expect more advantages in terms of customer communication, so they can know customers' feedback and deal with the problems effectively. Moreover, Social-Media Marketing can represent modern corporate image (Wijaya, 2014). The concept of Corporate Image is usually associated with large B2C businesses, but small B2C businesses also concern a corporate image. As B2C businesses using of Website-Marketing are more directly concern with corporate image issue, the following is hypothesized in order to compare the extent between both marketing tactics:

Hypothesis 2a: Use intensity of Website-Marketing will be positively related on Corporate Image Development.

Hypothesis 2b: Use Intensity of Social-Media Marketing will be positively related on Corporate Image Development.

5. LITERATURE REVIEW

5.1 B2C (Business to Customer)

In 1979 the conception of B2C, or business-to-consumer, was originated by Michael Aldrich, an English innovator, who developed online transactional process allowing customers communicate with businesses (Shelley, 2011). B2C is the form of e-commerce in which businesses trade goods or services to clients. In other words, it is one of classification of electronic commerce, together with B2B business, C2B business and C2C business in a traditional manner, it could relate to personal shopping for any product at home (Garbade, 2011). More newly, the B2C businesses including e-tailing and virtual storefronts, so well known, relates to the online vending of merchandises in which makers or shopkeepers vend their merchandises to clients via the Internet (Sandhusen, 2008).

5.2 The importance of Digital Marketing

Entrepreneurs trendily adopt digital marketing to their B2C Businesses. Digital marketing is a marketing developed by utilizing digital technology to communicate with clients. The major purpose is to advertise brands via diverse types of digital media. It is organized by a wide choice of goods, service, and brand marketing strategies, which chiefly

utilize the Internet as an essential promotional media, in addition to smartphone and original Television and radio. However, it also extends to non-Internet channels that provide digital media, such as mobile phones (both SMS and MMS), callback and on-hold mobile ring tones, social media marketing, display advertising, e-books, optical disks and games, and any other form of digital media.

Digital Marketing is so extensively that consumers have access to information any time and any place they desire it. Previously, when the messages people got about the products or services came from company and consisted of only what the company wanted them to perceive. Digital Marketing is an ever-growing source of news, entertainment, shopping and social interaction, and consumers are currently disclosed not only to what the company tells about its brand, but what the media, friends, relatives, peers, etc., are telling likewise. And they are quite possible to believe them than the company. People want brands they can trust, companies that know them, communications that are personalized and relevant, and offers responded to their requirements and favorites (Geogorio, 2015). Several industries, especially by the leading companies among each industry, use digital marketing as a channel or tools to promote or market products and services to clients and businesses with a very productive cost from benefit in creating individually tailored approach (Ryan & Jones, 2009).

B2C businesses expect many benefits

of Digital Marketing Tactic adoption. This research, however, focuses on three concepts relating to those expectations as follows: Brand Awareness Creation

Many B2C businesses use digital marketing to create their brand awareness. Brand awareness is the extent to which a brand is recognized by potential customers, and is correctly associated with a particular product. Expressed usually as a percentage of the target market, brand awareness is the primary goal of advertising in the early months or years of a product's introduction (Percy & Rossiter, 1992). Brand awareness is related to the functions of brand identities in consumers' memory and can be reflected by how well the consumers can identify the brand under various conditions. Brand awareness includes brand recognition and brand recall performance. This does not necessarily require that the consumers identify the brand name (Keller, 1993).

A brand is the meaning behind the company's name, logo, symbols and slogans. Having a unique and memorable brand helps B2C businesses build brand awareness and create a long-term position in the marketplace. Brand awareness is a measure of how well B2C businesses' brand is known within its target markets. Creating brand awareness is usually the first step in building advertising objectives. Before B2C businesses can create a favorable impression or motivate customers to buy, they have to become aware of B2C businesses' brand and its meaning. The

highest level of brand awareness is top of mind awareness. This is when customers think of B2C businesses first when they need to make a purchase within B2C businesses' product category. (Farris, Bendle, Pfeifer, & Reibstein, 2010). B2C businesses can build top of mind awareness through repeated exposure and consistent delivery of a good product or service over time. This is a huge advantage in the market when customers enter a buying situation and B2C businesses' brand immediately comes to mind first. The importance of brand awareness has become increasingly significant with the evolution of the Internet and digital technology. The public is more equipped with mobile and social media tools to communicate quickly about B2C businesses' brand -- good or bad. This means that establishing a strong reputation for good products or services, integrity in B2C businesses' business practices and community involvement are even more critical to long-term success (Kokemuller, 2007).

Corporate Image Improvement

B2C businesses employ digital marketing in order to improve their corporate image. The company image is referred to the set of perceptions that people have of organizations (Lemmink, Schuijf, & Streukens, 2003) "Corporate image" was once advertising terminology but is nowadays a common phrase referring to a company's name. The "image" is what the public is supposed to see when the corporation is mentioned. In other words, corporate image

has been defined variously as the total impression that the entity makes on the minds of individuals (Dichter, 1985); and the image associated with the name of an organization (Gatewood, 1993).

Several factors have contributed to the increasing importance of corporate image in recent years. For example, the business climate in the United States has become one of environmental complexity and change. This has forced many B2C businesses to significantly alter their strategies to better compete and survive. The acceleration of product life cycles is another vital dimension of the turbulent business environment (Olins, 1989). Globalization has been still another catalyst in the rise of corporate image programs, as companies have sought ways to spread their reputations to distant markets (Young, 1996). A related factor is that as a corporation expands its operations internationally, or even domestically, through acquisitions, there is a danger that its geographically dispersed business units will project dissimilar or contrary images to the detriment of corporate synergy (Schindler, 2000).

A final factor stimulating the current interest in corporate image is society's growing expectation that corporations be socially responsible. Many of today's consumers consider the environmental and social image of firms in making their purchasing decisions. Some B2C businesses have recognized this reality and reaped tremendous benefits by

conducting themselves in a socially and environmentally responsible manner. Some of these B2C businesses act out of genuine altruism, while others act out of a simple recognition of the business benefits of such behavior (Ind, 1992).

5.3 Factors relating Expectation of Digital Marketing Adoption

This study focuses on the implementation of digital marketing, Use intensity of Website Marketing and Use intensity of Social Media Marketing (SMM), which apparently relate to the expectation of B2C Businesses.

5.3.1 Use intensity of Website Marketing

In this research, B2C Businesses will be measure their uses of website as marketing tactic. Use intensity of Website Marketing is the extent of website which is being use by B2C businesses. Website Marketing refers to a broad category of advertising that takes many different forms, but generally involves any marketing activity conducted online. Marketers have shifted their efforts online because it tends to be significantly less expensive.

The website also presents exciting new opportunities for companies to profile their customers. The interactive space of the Internet simplifies a company's ability to track, store, and analyze data about a customer's demographics, personal preferences, and online behavior. This data allows the advertiser to provide a more personalized and relevant ad experience for the customer.

Website marketing is a new form of "non-intrusive" advertising, in which the customer actively chooses to visit and interact with the company's marketing communication efforts. Recent efforts involve the merging of information and images in innovative ways. Measures of the duration of time spent at a web site, depth of search through the site, navigation patterns through the site, and repeat visits to the site are crucial outcome measures for evaluating the effectiveness of such a site (Tsang & Tse, 2005).

5.3.2 Use intensity of Social Media Marketing (SMM)

In this research, B2C Businesses' use intensity of Social Media Marketing will be measured as well. Use intensity of Social Media Marketing (SMM) is the extent of Social Media, such as Facebook, Instagram, Youtube, etc., which is being used by B2C businesses. Social media marketing is a form of Internet marketing that utilizes social networking websites as a marketing tool. The objective of SMM is to create content that users will share with their social network to help a company increase brand exposure and broaden customer reach. SMM helps a company get direct feedback from customers (and potential customers) while making the company seem more personable. The interactive parts of social media contribute customers the opportunity to ask questions or voice complaints and feel they are being heard. This aspect of SMM is called social customer relationship management.

SMM became more public with the enlarged acceptance of websites such as Twitter, Facebook, MySpace, LinkedIn, and YouTube. In response, the Federal Trade Commission (FTC) has updated its rules to include SMM. If a company or its advertising agency offers a blogger or other online commenter with free merchandises or other inducements to generate positive buzz for a manufactured goods, the online comments will be treated legally as endorsements. Both the blogger and the company will be held responsible for ensuring that the incentives are clearly and noticeably disclosed, and that the blogger's posts contain no misleading or unsubstantiated statements and otherwise complies with the FTC's rules concerning unfair or deceptive advertising (Rothstein & Rouse, 2011).

6. METHOD

6.1 Samples and data collection

Participants in this study were individuals, running B2C Businesses in Bangkok, Thailand. Sampling technique used to select samples in this study was convenience sampling. The researcher was approached to gather the completed questionnaire from entrepreneurs or business owners, marketers and managers in 30 B2C Businesses, using website marketing and social media marketing, in various industries (including coffee, fashion clothing, soccer clothing, cosmetics, shampoo, chocolate, sports shoes, language academy, music academy, garage, car accessory, magazine,

and automobile parts) in August 2015. The respondents in each B2C business were contacted in person and were invited to reply the questionnaires. After those respondents accepted, totally 30 sets of questionnaires were diffused to them. All 30 completed questionnaires were gathered back by the researcher personally. The response rate expected is 100%.

6.2 Data analysis

Descriptive analysis of the empirical data disclosed that of 30 completed surveys. It was carried out employing by regression. The regression aims to learn more about the relationship between "several independent variables", including both main independent variable and control variable, and a dependent variable.

7. RESULT

According to Hypothesis 1a, Use intensity of Website-Marketing will be negatively related on Brand Awareness Creation. The result depicts that the relationship between two variables is positive and statistically insignificant ($\beta=0.161$; $p=0.152$). As a result, the Hypothesis 1a cannot be supported. In accordance with the Hypothesis 1b, Use Intensity of Social-Media Marketing will be positively related on Brand Awareness Creation. The result, as shown in the Table 8, depicts that the relationship between two variables is negative and statistically insignificant ($\beta=1.033$; $p<0.001$). Therefore, the Hypothesis

1b can be supported.

Additionally, the significant relationships between control variables brand awareness creation are found as the following. Business age positively associates with brand awareness creation ($\beta=0.009$; $p=0.408$) However, because the p-value is higher than 0.05, this result cannot be statistically supported.

According to dummy variables regression (dependent variable: brand awareness creation), the researcher selects one type of business which is beverage as a benchmark. This type of B2C business will be omitted from the regression and use for comparison with other types of B2C business that are included in the regression. Beta of the constant is used as a representative of the brand awareness creation of the type of B2C business that is omitted (beverage) is -0.952. There is only one result is statistically supported. Such result is found that negative beta of garage ($\beta=1.002$) means the brand awareness creation of B2C businesses which are garage is lower than the brand awareness creation of B2C businesses which are beverage. Because the p-value is lower than 0.01 ($p\text{-value}=0.007$), this result is statistically supported.

As the researcher use Corporate Image Development as dependent variable, R square is 0.900. It means that the regression model can explain about 90% of Corporate Image Development. R squared modified for the number of explanatory terms in a model or Adjusted R squared is 0.848.

According to the Hypothesis 2a, Use

Intensity of Website-Marketing will be positively related on Corporate Image Development. The result, as shown in the Table 10 (see appendix), depicts that the relationship between two variables is positive and statistically significant at 0.01 level ($\beta=0.498$; $p<0.001$). Therefore, the Hypothesis 1a can be supported. In accordance with the Hypothesis 2b, Use Intensity of Social-Media Marketing will be positively related on Corporate Image Development. The result, as shown in the Table 10, depicts that the relationship between two variables is positive and statistically significant at 0.05 level ($\beta=0.463$; $p=0.013$). Therefore, the Hypothesis 1b can be supported.

Additionally, the significant relationships between control variables corporate image development are found as the following. Business Age positively associates with corporate image development ($\beta=0.005$; $p=0.643$) However, because the p-value is higher than 0.05, this result cannot be statistically supported.

According to dummy variables regression (dependent variable: corporate image development), the researcher selects one type of business which is beverage as a benchmark. This type of B2C business will be omitted from the regression and use for comparison with other types of B2C business that are included in the regression. Beta of the constant is used as a representative of the corporate image development of the type of B2C business that is omitted (beverage) is 0.299. There is only

one result is statistically supported. Such result is that negative beta of garage ($\beta=1.079$) means the corporate image development of B2C businesses which are garage is lower than the corporate image development of B2C businesses which are beverage. Because the p-value is lower than 0.01 (p-value=0.002), this result is statistically supported.

8. DISCUSSION

This research aims to understand the influence of digital marketing types in relation to expected benefits of B2C Businesses in Bangkok. The main effect of use intensity of website marketing on brand awareness creation and corporate image development, evidence strongly suggests that the higher use intensity of website marketing leads to more corporate image development, but not to brand awareness creation. Moreover, the main effect of use intensity of social media marketing on brand awareness creation and corporate image development, evidence strongly suggests that the higher use intensity of website marketing leads to more brand awareness creation and more corporate image development as well, but lower extent to corporate Image Development. As a result, these results provide support to previous literature regarding the main digital marketing technique most of the B2C businesses use to create brand awareness is social media marketing. (Chainirun, 2011; Roesler, 2014). These results also sustain earlier literature that social media marketing can improve brand

awareness and corporate image (Pawoot, 2008; Wijaya, 2014).

The findings from this study offer additional contribution to research that emphasizes the role of digital marketing tactics used by the B2C businesses. Although previous studies found that using website and social media marketing could benefit B2C business success, the present study provides supplementary comprehension that the types of business is also probably conditional on brand awareness creation and corporate image development. This study found that the specific type of B2C Businesses, garage, is unnecessary to create their own websites in order to develop their corporate image. They have good corporate image, comparing to others, without website marketing. Thus, future research that aims to investigate the impact of different types of businesses using digital marketing tactics on expected benefits. Moreover, the researcher should consider some other business models such as Business-to-Business (B2B), Business-to-Customer (B2C), Business-to-Government (B2G), Customer-to-Business (C2B), Customer-to-Customer (C2C), Government-to-Customer (G2C), People-to-People (P2P), and so on.

Regardless of these findings, this study has some limitations. First, the results are based on cross-sectional data, so making causality hard to be implied. Future study should solve these problems by using longitudinal data collection. Second, due to the time limitation, the samples collected for

this research arose from a few B2C businesses in Bangkok. The generalizability of the findings is confined by excessively small sample size. Consequently, future research should gather data in a larger sample size. Third, the owners or entrepreneurs, marketers, and managers of B2C-Self evaluated their own businesses concerning brand awareness and corporate image. Therefore the evaluation might be exaggerated and unreliable as those respondents might be untruth to the interviewer or might attempt to disguise their attitudes. The B2C business evaluation by customers is good alternative method. Forth, the questionnaire was adapted from doctoral dissertation, not from research published in top journal. It also consists of a few questions in each aspect. Subsequently, a poor-designed questionnaire might not meet the research purposes because respondents might not fully understand the questions and are probable to refuse to answer. This was caused by inadequate preparatory work. A good questionnaire prepared and worded to inspire

respondents to provide precise, unbiased and comprehensive information is needed. Future research that addresses these limitations may provide better accurate information about the impact of digital marketing tactics on brand awareness creation and corporate image development.

This study provides the new B2C businesses with useful implications for planning the proper digital marketing strategies. This research also provides the existing B2C businesses with useful implications for improving business effectiveness, especially in terms of brand awareness and corporate Image.

In conclusion, the researcher suggests that several digital marketing tactics have their own prominent point. B2C businesses are advised to not only focus on one digital marketing tactics, but they also combine those tactics as B2Cs' strategy. This leads to excellent efficiency in brand and corporate image. Then, it also leads to business success.

REFERENCE

- Chainirun, P. (2011). **Social Media Marketing**. Se-Ed.
- Ditcher, E. (1985). **What's In An Image**. *Journal of Consumer Marketing*, 2(1), 75 – 81.
- Fana, W., & Tsai, M. (2010). Factors driving website success – the key role of Internet customization and the influence of website design quality and Internet marketing strategy. *Total Quality Management & Business Excellence*, 21(11), 1141-1159.
- Garbade, M. (2011). **Differences in Venture Capital Financing of U.S., UK, German and French Information Technology Start-ups A Comparative Empirical Research of the Investment Process on the Venture Capital Firm Level**. München: GRIN Verlag GmbH.

- Gatewood, R., Gowan, M., & Lautenschlager, G. (1993). Corporate Image, Recruitment Image, and Initial Job Choice Decisions. **The Academy of Management Journal**, 36(2), 414-427.
- Geogorio, J. (2015). **8 content marketing trends for 2015**. Retrieved March 21, 2015 from <http://cjdigitalmarketing.com/8-content-marketing-trends-for-2015-infographic/>
- Hair, J. F., Jr., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1995). **Multivariate Data Analysis, 3rd ed**, New York: Macmillan.
- Ind, N. (1992). **The Corporate Image: Strategies for Effective Identity Programmes**. Kogan Page
- Kang, J. (2011). **Social media marketing in the hospitality industry: The role of benefits in increasing brand community participation and the impact of participation on consumer trust and commitment toward hotel and restaurant brands**, Dissertation, Iowa State University.
- Kaplan, A. & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media . **Business Horizons**, 53(1), 59–68.
- Keller, K. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. **The Journal of Marketing**, 57(1), 1-22.
- Kokemuller, N. (2007). **The Importance of Brand Awareness**. Retrieved March 28, 2015 from <http://smallbusiness.chron.com/importance-brand-awareness-45853.html>
- Koskela, O. (2010). **The corporate image of Povisa, Programme in International Business and Marketing Logistics**, Satakunta University of Applied Sciences.
- Kwun, J. (2004). **Consumers' evaluation of brand portfolios**, Dissertation, Graduate College Iowa State University
- Lemmink, J., Schuijf, A., & Streukens, S. (2003). The role of corporate image and company employment image in explaining application intentions. **Journal of Economic Psychology**, 24(1), 1-15.
- Li, N. (2008). **Toward e-commerce website evaluation and use: A balanced view**, Dissertation.
- Nusse, R. (2014). **So, what is a landing page and why are they important?**. Retrieved April 29, 2015, from <https://www.ezihosting.com/landing-page-lead-capture-lander-squeeze-pages/>
- Oh, M.-Y. (2001). **South Korean Attitudes towards Foreign Subsidiaries of Multinational Corporations (MNCs): The Influence of Corporate Image and Country of Origin Image, and the Presence of Halo Effect**, Dissertation Abstract International, 62(10), 3374. (UMI No. 3030917)
- Olins, W. (1989). **Corporate Identity: Making Business Strategy Visible Through Design**. London: Thames and Hudson.

- Neil T. Bendle, Phillip E. Pfeifer, David Reibstein, & Paul W. Farris (2010). **Marketing Metrics: The Definitive Guide to Measuring Marketing Performance**. Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Education.
- Percy, L. & Rossiter, J. (1992). A model of brand awareness and brand attitude advertising strategies. **Psychology & Marketing**, 9(4), 263–274.
- Pongwittayapanu, P. (2008). **E-Business Knowledge**. Retrieved April 29, 2015, from <http://www.pawoot.com/node/88/>
- Roesler, P. (2014). **5 Benefits of Social Media Business Owners Need to Understand**. Retrieved April 29, 2015, from <http://www.inc.com/peter-roesler/5-benefits-of-social-media-business-owners-need-to-understand.html>
- Rothstein C. E. & Rouse J. (2011). Constrained after college: Student loans and early-career occupational choices. **Journal of Public Economics, Elsevier**, 95(1), 149-163.
- Ryan, D. & Jone, C. (2009). **Understanding Digital Marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation**. Kogan Page.
- Sandhusen, R. (2008). **Marketing**. Hauppauge, N.Y: Barron's Educational Series.
- SAS Institute Inc.(2015). **Digital Marketing**. Retrieved March 13, 2015, from https://www.sas.com/en_th/insights/marketing/digital-marketing.html
- Shelly, G. (2011). **Systems analysis and design**. Boston, MA: Course Technology, Cengage Learning.
- Schindler, E. (2000). **Define Reputation**. Smart Reseller.
- Threatt, S. (2009). **Facebook and the ideal social marketplace: A study of the marketing benefits of social media practices**. Masters Thesis, University of Southern California, U.S.A
- Tsang, P & Tse, S. (2005). A hedonic model for effective web marketing: An empirical examination. **Industrial Management & Data Systems**, 105(8), 1039 – 1052.
- Wijaya, K. (2014). **Social Media Marketing Platform**. Retrieved March 29, 2015 from <https://www.pinterest.com/pin/190840102931750331>
- Wind, J. & Mahajan, V. (2001). **Digital Marketing: Global Strategies from the World's Leading Experts**. John Wiley & Son.
- Young, D. (1996). **Building Your Company's Good Name: How to Create and Project the Reputation Your Organization Wants and Deserves**. AMACOM.

การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการเรียนแบบร่วมมือ ต่อพฤติกรรมการเรียนรู้และความพึงพอใจในการเรียนวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา

A study of the learning achievement on cooperative of learning behaviors and satisfaction of english for political scientists of undergraduate students Mahachulalongkornrajavidyalaya university: Nakornratchasima campus

เพ็ญศรี จารุกานิตกนก¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิค STAD 2) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ก่อนเรียนและหลังเรียนของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิค STAD 3) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิค STAD กับเกณฑ์ร้อยละ 60 และ 4) ศึกษาความพึงพอใจในการเรียนของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิค STAD กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา หลักสูตรรัฐศาสตร์ ชั้นปีที่ 3 ห้อง 1 ที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2558 จำนวน 45 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ (1) แผนการสอนรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ โดยใช้การจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิค STAD ที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้วอยู่ในระดับเหมาะสมมาก (2) แบบประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้ จำนวน 25 ข้อ มีความตรงเชิงโครงสร้างและมีความเที่ยง .82 (3) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน จำนวน 20 ข้อ มีอำนาจจำแนกระหว่าง .20-.60 ความยากง่ายระหว่าง .40-.70 และความเที่ยง .60 และ (4) แบบสอบถามความพึงพอใจในการเรียน จำนวน 25 ข้อ มีความเที่ยง .81

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิค STAD มีพฤติกรรมการเรียนรู้ในระดับมาก 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิค STAD หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาการเงินธุรกิจของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิค STAD สูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 60 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) นักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิค STAD มีความพึงพอใจในการเรียนในระดับมาก

คำสำคัญ : การเรียนแบบร่วมมือ ภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ วิทยาเขตนครราชสีมา

¹อาจารย์พิเศษมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา

Abstract

This research aims were 1) To study about learning behaviors of students who were arranged by learning achievement STAD. 2) To compare the learning result of English for political scientists before and after classes of students who were arranged by STAD technique. 3) To compare the learning result of English for political scientists of students who were arranged by STAD technique with principle of 60% and 4) To study the satisfaction with learning of students who were arranged by STAD technique. The samplings group in this research were students in undergraduate at Mahachulalongkornrajavidyalaya University at Nahonratchasima Campus in Political Course on third year in Room 1 that studying in B.E. 2558 for 45 students while instruments in this research were (1) Teaching plan of English Class for politicians to manage learning achievement by STAD technique pass inspection existing quality at high optimal level (2) Learning behavior application for 25 questionnaires that had construct validity for .82 (3) Learning achievement measured test for 20 questions able to classified between .20-.60, difficulty during .40 -.70 and validity for .60 and (4) Satisfaction test in learning for 25 questions had validity at .81

Research result found that 1). The students were arranged learning achievement by STAD technique had learning behavior at high level. 2) Learning achievement of English for politician of students who were arranged by STAD technique after class higher before class had statistically significance at .05 level. 3). Learning achievement of Business Financial of student who were arrange by STAD technique higher 60% had statistical significance at .05. 4). Student were arranged by STAD technique had satisfaction in learning at high level

Keywords: Cooperative of Learning, English for Political Scientists, Nakornratchasima Campus

บทนำ

แนวการจัดการศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มาตรา 22 การจัดการศึกษาต้องยึดหลักว่าผู้เรียนทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ และถือว่าผู้เรียนมีความสำคัญที่สุด กระบวนการจัดการศึกษาต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตามธรรมชาติและเต็มตามศักยภาพ ส่วนการจัดกระบวนการเรียนรู้ มาตรา 24 ให้สถาน

ศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการ จัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจและความถนัดของผู้เรียน โดยคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล ฝึกทักษะ กระบวนการคิด การจัดการ การเผชิญสถานการณ์ และการประยุกต์ความรู้มาใช้เพื่อป้องกันและแก้ไขปัญหาจัดการเรียนการสอนโดยผสมผสานสาระความรู้ด้านต่างๆ อย่างได้สัดส่วนสมดุลกัน รวมทั้งปลูกฝังคุณธรรม ค่านิยมที่ดีงาม และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ไว้ในทุกวิชา พร้อมทั้ง

ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้สอนสามารถจัดบรรยากาศ สภาพแวดล้อม สื่อการเรียน และอำนวยความสะดวก เพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้และมีความรอบรู้ รวมทั้งสามารถใช้การวิจัยเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการเรียนรู้ ทั้งนี้ ผู้สอนและผู้เรียนอาจเรียนรู้ไปพร้อมกัน จากสื่อการเรียนการสอนและแหล่งวิทยาการประเภทต่างๆ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย วิทยาเขต นครราชสีมา ได้ผลิตบัณฑิตทุกระดับให้มีคุณภาพที่พึงประสงค์ คือ ให้ความรู้เกี่ยวกับวิชาการทางด้าน พระพุทธศาสนา และสามารถประยุกต์เข้ากับศาสตร์แขนงต่างๆ หลายระดับ มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา ผลิตบัณฑิตในระดับปริญญาตรีแบ่งออกเป็น 4 คณะและสาขาวิชาต่างๆ ได้แก่ คณะพุทธศาสตร์ เปิดสอนในสาขาวิชา พระพุทธศาสนา คณะมนุษยศาสตร์ เปิดสอนในสาขาวิชา ภาษาอังกฤษ คณะครุศาสตร์ เปิดสอนสาขาวิชา หลักสูตร และวิธีการสอนสังคมศึกษา และการสอนภาษาไทย คณะสังคมศาสตร์ เปิดสอนสาขาวิชารัฐศาสตร์ พัฒนาคุณภาพบัณฑิตให้ได้คุณภาพตามมาตรฐานในระดับอุดมศึกษาของประเทศและปรับปรุงหลักสูตรปัจจุบัน รวมทั้งพัฒนาหลักสูตรใหม่ตามการเปลี่ยนแปลงและความต้องการของสังคมให้ทันสมัยมากขึ้นตามวิชาชีพต่างๆ ซึ่งวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ เป็นหนึ่งในวิชาของคณะรัฐศาสตร์ จัดให้นักศึกษาระดับปริญญาตรีต้องเรียนเพื่อต่อยอดสำหรับวิชาอื่นๆ ด้วย จึงต้องให้ความสำคัญมากยิ่งขึ้นทั้งทางภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ ที่ต้องเน้นมากขึ้นในการเรียนการสอน การวิจัยในชั้นเรียนเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะช่วยให้เกิดการพัฒนางานการสอนของผู้สอนและการเรียนของนักศึกษา ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มาตรา 30 กำหนดให้สถานศึกษาพัฒนากระบวนการเรียนการสอน ส่งเสริมให้ผู้สอนใช้วิธีวิจัย เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับผู้เรียนในแต่ละระดับการศึกษา

จากการสังเคราะห์ผลการวิจัยการปฏิรูปการ

ศึกษาของประเทศฟินแลนด์ นิวซีแลนด์ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร จีน เกาหลีใต้ เวียดนาม และไทย โดย วิทยาการ เชียงกูล (2553) พบว่า การเรียนระดับอุดมศึกษาของไทยจะเน้นทฤษฎีเป็นฐานถึงร้อยละ 83 เน้นการปฏิบัติ/วิชาชีพ เพียงร้อยละ 17 ตรงข้ามกับ มาเลเซีย เกาหลีใต้ และนิวซีแลนด์ ที่ผู้เรียนเลือกเรียน โปรแกรมเน้นการปฏิบัติ/วิชาชีพมากกว่าร้อยละ 40 และมีผู้กล่าวว่าเด็กไทยมีความสามารถทางการคำนวณ ไม่ค่อยเทียบเท่ากับประเทศอื่นๆ การทำแบบทดสอบการคิดคำนวณ ผลออกมาไม่น่าพอใจ ซึ่งอาจเนื่องมาจากสาเหตุหลายด้าน เช่น กระบวนการเรียนการสอนไม่เอื้อต่อการทำให้เด็กชอบเรียน การขาดการบูรณาการ เป็นต้น ทำให้เด็กไม่ชอบการคิดคำนวณ แต่เด็กบางส่วนก็คิดว่าการคำนวณเป็นวิชาที่ง่าย ทำแบบฝึกหัดได้ มีประโยชน์ ซึ่งอาจารย์ควรทำความเข้าใจกับนักศึกษา ว่าสังคมปัจจุบันประกอบด้วย คนที่มีความแตกต่างหลากหลาย บางคนก็คิดช้าเพราะไม่รู้ บางคนก็รอบคอบ ไหวพริบดี คิดเร็ว บางคนเรียนช้า เพราะพื้นฐานยังไม่ได้ แต่บางคนมีความคิดรวดเร็วทันเพื่อนตามไม่ทัน แต่สังคมเราไม่มีใครอยู่ได้โดยลำพังคนเดียว ควรต้องยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคล และสร้างความรู้สึก “เอื้ออาทร” ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพราะเมื่อทุกคนเติบโตขึ้น ต้องไปเป็นที่พึ่งของครอบครัว ชุมชน และสังคม (อภิปัย คลี่สุนทร, 2546, หน้า 6-9) ด้วยเหตุผลดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัย ในฐานะอาจารย์ผู้สอนวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา จึงสนใจที่จะศึกษาการศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการเรียนแบบร่วมมือต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ และความพึงพอใจในการเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรีมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครราชสีมา เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการเรียนการสอนรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ ที่จะ

พัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และนักศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการทำงานในอนาคตได้

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาสาขาวิชารัฐศาสตร์ ชั้นปีที่ 3 ห้อง 1 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือโดยใช้เทคนิค STAD
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ก่อนเรียนและหลังเรียนของนักศึกษาสาขาวิชารัฐศาสตร์ชั้นปีที่ 3 ห้อง 1 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเรียนแบบร่วมมือโดยใช้เทคนิค STAD
3. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ของนักศึกษาสาขาวิชารัฐศาสตร์ชั้นปีที่ 3 ห้อง 1 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยการจัดการเรียนแบบร่วมมือโดยใช้เทคนิค STAD กับเกณฑ์ร้อยละ 60
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการเรียนของนักศึกษาสาขาวิชารัฐศาสตร์ชั้นปีที่ 3 ห้อง 1 ในรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แผนการสอนรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์โดยการจัดการเรียนแบบร่วมมือด้วยเทคนิค STAD และการใช้กรณีศึกษา ที่จะทำให้อุบัติการณ์การเรียนรู้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจในการเรียนดีขึ้น
2. ทำให้นักศึกษาเกิดการเรียนรู้แบบตื่นตัว ประสิทธิภาพและประสิทธิภาพในการเรียน
3. ได้แนวทางในการปรับปรุงคุณภาพการเรียนการสอนในรายวิชาอื่นๆ ต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้กำหนดขอบเขตเนื้อหาที่ศึกษา

ประชากร และระยะเวลาดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้เนื้อหาวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ เรื่อง การอ่านเพื่อความเข้าใจ เนื้อหาสาระและการอ่านตีความ จำนวน 6 คาบ โดยมีเนื้อหาโดยสังเขปดังนี้ (1) บอกโครงสร้างส่วนสำคัญของอนุเจตได้ (2) บอกสาระสำคัญหรือประเด็นหลักของเรื่อง (Main Idea) โดยอาศัยข้อมูลที่มีในอนุเจตได้ (3) บอกรายละเอียดสำคัญที่สนับสนุนใจความหลักได้ (Supporting Details) (4) สรุปความจากโครงสร้างส่วนสำคัญของอนุเจต และข้อมูลที่มีในอนุเจตได้ (Summary) (5) บอกความหมายสรุปโดยนัย (Implied Meaning) ของอนุเจต โดยวิเคราะห์สรุปเองได้ (Inference)

ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชารัฐศาสตร์ ชั้นปีที่ 3 ที่กำลังศึกษารายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ อยู่ในปีการศึกษา 2558 จำนวน 150 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาระดับปริญญาตรี ชั้นปีที่ 3 สาขาวิชารัฐศาสตร์ ห้อง 1 ที่กำลังศึกษาอยู่ในปีการศึกษา 2558 จำนวน 45 ตัวอย่างซึ่งได้มาจากการสุ่มอย่างเจาะจง (Convenience sampling)

นิยามศัพท์เฉพาะ

การจัดการเรียนแบบฝังรู้ เป็นกระบวนการจัดการเรียนการสอนที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมโดยตรงในกิจกรรมการเรียนรู้ได้พัฒนาการเรียนรู้ตามศักยภาพความต้องการ ความสนใจและความถนัดของแต่ละบุคคล โดยได้คิดเอง ทำเอง ลงมือปฏิบัติได้ มีโอกาสสร้างความรู้ด้วยตนเองโดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ อีกทั้งได้มีโอกาสประยุกต์ใช้ความรู้อย่างมีประสิทธิภาพ

การเรียนแบบร่วมมือด้วยเทคนิค STAD การ

แบ่งผู้เรียนเป็นกลุ่มการเรียนรู้ตามระดับความสามารถที่ต่างกัน (เก่ง กลาง อ่อน) กลุ่มละ 5 คน หลังจากผู้สอนได้นำเสนอบทเรียนแล้ว ผู้เรียนทำงานร่วมกันภายในกลุ่ม หลังจากนั้นผู้เรียนจะได้รับการทดสอบเป็นรายบุคคล คะแนนจากการทดสอบจะถูกนำมาเปรียบเทียบกับคะแนนเฉลี่ยในครั้งแรก แล้วจะนำมาเป็นคะแนนของทีม และทีมที่มีคะแนนถึงเกณฑ์จะได้รับการชมเชย

พฤติกรรมการณ์การเรียนรู้ คือ พฤติกรรมที่พึงปรารถนาจะให้เกิดขึ้นมีขึ้นในตัวผู้เรียนหลังจากที่ได้ผ่านกระบวนการเรียนการสอนหรือการฝึกอบรมแล้ว

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง คะแนนของนักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 สาขาวิชารัฐศาสตร์ ซึ่งได้จากการทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ เรื่อง การอ่านเพื่อความเข้าใจเนื้อหาสาระและการอ่านตีความ ซึ่งเป็นแบบทดสอบแบบเลือกตอบ ชนิด 4 ตัว

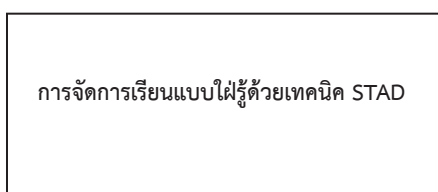
เลือก จำนวน 20 ข้อ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

ความพึงพอใจในการเรียน หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด อยากที่จะเรียนของนักศึกษาที่มีต่อการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือและการใช้กรณีศึกษา ในด้านต่างๆ ได้แก่ กิจกรรมการเรียนการสอนที่มีความหลากหลายเหมาะสมกับผู้เรียน กิจกรรมส่งเสริมให้นักศึกษาฝึกคิด ฝึกปฏิบัติ กล้าแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ มีส่วนร่วมและมีบทบาทในการเรียน กิจกรรมที่ช่วยให้นักศึกษาเกิดความเข้าใจพัฒนาทักษะที่จำเป็นต่อการเรียนรู้ การนำไปประยุกต์ใช้ในการดำรงชีวิต

เกณฑ์ร้อยละ 60 หมายถึง คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ในรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ จำนวน 12 คะแนน ที่ใช้เป็นเกณฑ์เปรียบเทียบหลังได้รับการจัดการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือและการใช้กรณีศึกษา เช่น ผู้เรียนต้องสอบได้คะแนนมากกว่าร้อยละ 60 จึงจะถือว่าสอบผ่าน

กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

ตัวแปรต้น



ตัวแปรตาม

- พฤติกรรมการณ์การเรียนรู้
- ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
- ความพึงพอใจในการเรียน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 4 ฉบับ ได้แก่ เครื่องมือที่ 1 แผนการสอนรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบใฝ่รู้เทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือด้วยเทคนิค STAD จำนวน 1 แผนมีขั้นตอนการสอน 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) ขั้นเตรียม (2) ขั้นสอน (3) ขั้นทำงาน

กลุ่ม (4) ขั้นตรวจสอบผลงานและทดสอบ (5) ขั้นสรุปบทเรียนและประเมินผลการทำงานกลุ่ม เครื่องมือที่ 2 แบบประเมินพฤติกรรมการณ์การเรียนรู้เป็นแบบประเมินชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 25 ข้อ มี เครื่องมือที่ 3 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน จำนวน 20 ข้อ เป็นแบบทดสอบชนิดปรนัยเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 20 ข้อ และเครื่องมือ

ที่ 5 แบบสอบถามความพึงพอใจในการเรียน จำนวน 25 ข้อ เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 25 ข้อ

วิธีดำเนินการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ในวันที่ 17 พฤษภาคม 2558 โดยนำแบบประเมิน แบบทดสอบ แบบสอบถามและแผนการสอนไปทดสอบใช้กับกลุ่มตัวอย่างตามลำดับดังนี้

1. ทดสอบก่อนเรียนกับนักศึกษา ด้วยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน บันทึกคะแนนสอบไว้เป็นคะแนนก่อนเรียน
2. ทดลองสอนกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง โดยใช้แผนการสอนที่พัฒนาขึ้นในระหว่าง เดือน กุมภาพันธ์ 2558 ถึงเดือน พฤษภาคม 2558
3. ทดสอบหลังเรียนกับนักศึกษาจากกลุ่มทดลอง ด้วยแบบประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้ แบบสอบถามความพึงพอใจ และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน บันทึกคะแนนสอบไว้เป็นคะแนนหลังเรียน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมการเรียนของนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างของการศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์บนวินโดวส์ (SPSS/FW)
2. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน รายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ก่อนเรียนและหลังเรียนของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือโดยทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนก่อนเรียนกับหลังเรียน ด้วยการทดสอบทีแบบสองกลุ่มตัวอย่างไม่เป็นอิสระจากกัน ด้วยโปรแกรม สำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์บนวินโดวส์ (SPSS/FW)

3. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน รายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือ กับเกณฑ์ร้อยละ 60 โดยทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนหลังเรียนกับคะแนนเกณฑ์ร้อยละ 60 (12 คะแนน) ด้วยการทดสอบ t-test แบบหนึ่งกลุ่มตัวอย่าง ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์บนวินโดวส์ (SPSS/FW)

4. การศึกษาความพึงพอใจในการเรียนของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิคการเรียนรู้แบบร่วมมือ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์บนวินโดวส์ (SPSS/FW)

สถิติทดสอบ

1. การทดสอบแบบกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่มไม่เป็นอิสระจากกัน (t-test for Dependent Samples) โดยใช้สูตร (นวลศรี ชำนาญกิจ 2549, หน้า 22)

$$t = \frac{\sum D}{\sqrt{\frac{\sum D^2 - (\sum D)^2}{n-1}}}$$

เมื่อ t แทน ค่าสถิติที่ใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตเพื่อทราบความมีนัยสำคัญ

D แทน ผลต่างระหว่างคู่คะแนน
n แทน จำนวนคู่คะแนน

2. การทดสอบสัดส่วน (Proportion Test) โดยใช้สูตร (นวลศรี ชำนาญกิจ, 2550: 16)

$$Z = \frac{p - p_0}{\sqrt{\frac{p_0 q_0}{n}}}$$

3. การทดสอบทีแบบหนึ่งกลุ่มตัวอย่าง (t-test for One Samples) โดยใช้สูตร (นวลศรี ชำนาญกิจ, 2550: 19)

$$t = \frac{\bar{x} - \mu}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้พบว่า

1. พฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิค STAD อยู่ในระดับมาก
2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิค STAD สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิค STAD เท่ากับร้อยละ 73.3 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 60 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. นักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิค STAD มีความพึงพอใจในการเรียนอยู่ในระดับมาก

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากผลการวิจัยข้อที่ 1 ที่พบว่าพฤติกรรมการเรียนรู้ของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิค STAD อยู่ในระดับมาก น่าจะเนื่องมาจากการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิค STAD ครั้งนี้เป็นการกระตุ้นนักศึกษาให้มีความกระตือรือร้น และช่วยเหลือคนอื่นให้มีทักษะความรู้ตามที่ผู้สอนสอน ถ้าผู้เรียนต้องการจะให้ทีมของตัวเองได้รับรางวัล เขาก็จะต้องช่วยเหลือกันในการเรียนรู้ ต้องช่วยกันกระตุ้นให้เพื่อนร่วมทีมทำงานให้ดีที่สุด แสดงให้เพื่อนๆ เห็นอย่างแท้จริงว่า การเรียนนั้นเป็นเรื่องที่สำคัญ มีคุณค่าและน่าสนใจสนุกสนานในการทำงานร่วมกัน หลังจากผู้เรียนนำเสนอบทเรียนแล้วนั้น ผู้เรียนอาจจะทำงานกันเป็นคู่ๆ เปรียบเทียบคำตอบ อภิปรายปัญหาหรือข้อขัดแย้ง และช่วยเหลือซึ่งกันและกันในกรณีที่ยังไม่เข้าใจ พวกเขาอาจจะอภิปรายถึงวิธีการที่ใช้แก้ปัญหา หรืออาจ

จะซักถามกันถึงเนื้อหาวิชาที่กำลังค้นหาก็ได้ โดยพวกเขาจะทำงานร่วมกันภายในทีม ร่วมกันประเมินถึงจุดแข็ง จุดอ่อนของงานที่ทำ เพื่อช่วยให้พวกเขาผ่านการทดสอบไปได้ด้วยดี ซึ่งสอดคล้องกับหลักการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ที่ว่า การเรียนแบบใฝ่รู้ เป็นการเรียนการสอนที่ผู้เรียนจะต้องค้นหาเนื้อหา เพื่อก่อให้เกิดองค์ความรู้โดยการพูดคุย การเขียน การอ่าน การสะท้อน หรือการตั้งคำถาม หรือการเรียนการสอนที่ผู้เรียนมีการเคลื่อนไหว อาจใช้เวลา 2-3 นาที หรือยาวทั้งหลักสูตรก็ได้ อาจให้ผู้เรียนทำงานคนเดียว เป็นกลุ่มเล็ก หรือกลุ่มใหญ่ก็ได้ (บัญญัติ ชำนาญกิจ, 2549, หน้า 4) และสอดคล้องกับหลักการเรียนแบบร่วมมือที่ว่า การเรียนแบบร่วมมือเป็นวิธีที่ผู้เรียนทำการแก้ปัญหาพร้อมกันเป็นกลุ่มเล็กๆ สมาชิกทุกคนในกลุ่มมีความสำคัญต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของกลุ่ม เพื่อบรรลุเป้าหมายสมาชิกทุกคนจึงช่วยเหลือซึ่งกันและกันให้เกิดการเรียนรู้และแก้ปัญหา ครูไม่ใช่เป็นแหล่งความรู้ที่คอยป้อนแก่นักเรียน แต่จะมีบทบาทเป็นผู้คอยให้ความช่วยเหลือจัดหาและชี้แนะแหล่งข้อมูลในการเรียน ตัวนักเรียนเองจะเป็นแหล่งความรู้ซึ่งกันและกันในกระบวนการเรียนรู้ (Artz, & Newman, 1990, pp. 448 – 449)

2. จากผลการวิจัยข้อที่ 2 ที่พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิค STAD สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 น่าจะเนื่องมาจากการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้เทคนิค STAD ครั้งนี้ นักศึกษาได้ช่วยเหลือกันในการเรียนรู้ ช่วยกันกระตุ้นให้เพื่อนร่วมทีมทำงานให้ดีที่สุด และช่วยเหลือเพื่อนให้มีทักษะความรู้ตามที่ผู้สอนสอน เพื่อให้ทีมของตนเองมีคะแนนสอบรวมสูงที่สุด และจะได้รับรางวัล ซึ่งสอดคล้องกับหลักการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ที่ว่าเป็นการเรียนที่ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติการหรือคิดอย่างต้นตัว (ต้นตา ต้นใจ ต้นแต่น) ผลที่พึงได้จากการเรียนแบบใฝ่รู้ก็คือ ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ หรือเกิดการเปลี่ยนแปลง ไปในทาง

ที่พึงประสงค์ทั้งทางด้านความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และเจตคติ บทบาทที่สำคัญของผู้เรียนขณะเรียนคงมิใช่การนั่งฟังนิ่งๆ จดบันทึกการบรรยายท่องจำ การแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่เรียน ผู้สอนจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนวิธีการสอนในรูปแบบเดิมให้สอดคล้องกับการเรียนรู้ของผู้เรียน สังคม และเทคโนโลยี โดยปรับเปลี่ยนบทบาทจากผู้ถ่ายทอดเป็นผู้ชี้แนะวิธีการค้นคว้าหาความรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้สามารถแสวงหาความรู้และประยุกต์ใช้ทักษะต่างๆ สร้างความเข้าใจด้วยตนเอง จนเกิดเป็นการเรียนรู้อย่างมีความหมาย (สิริพร ปาณาวงษ์, 2557) โดยรูปแบบการจัดการเรียนการสอนรูปแบบนี้จะให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมและบทบาทในการเรียนรู้ของผู้เรียน ครอบคลุมวิธีการเรียนการสอนหลากหลายวิธี เช่น การเรียนรู้จากกรณีศึกษา (Problem-Based Learning) การเรียนรู้จากการสืบค้น (Inquiry-Based Learning) การเรียนรู้จากการทำกิจกรรม (Activity-Based Learning) การสอนแบบโครงงาน (Project Based Learning) การสอนแบบใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem Based Learning) และ การสอนที่เน้นทักษะกระบวนการคิด (Thinking Based Learning) เป็นต้น

3. จากผลการวิจัยข้อที่ 3 ที่พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ของนักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิค STAD เท่ากับร้อยละ 71.3 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ร้อยละ 60 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 น่าจะเนื่องมาจากการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิค STAD ครั้งนี้ นักศึกษาได้ทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม นักศึกษามีโอกาสได้ใช้ความคิดร่วมกัน อภิปรายปัญหา และแก้ไขปัญหาร่วมกัน มีการซักถามและรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ฝึกการใช้เหตุผล และการคิดวิเคราะห์ มีการตั้งเป้าหมายในการเรียนรู้ และมีความหวังเพื่อทำคะแนนรวมให้ได้สูงที่สุด เพื่อให้กลุ่มประสบความสำเร็จ และส่งผลให้นักศึกษามีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น ซึ่งหัวใจสำคัญของการ

เรียนแบบร่วมมือ คือ การที่นักเรียนให้กลุ่มได้ร่วมคิด ร่วมกันทำงานจนกระทั่งหาคำตอบได้ในที่สุด ถือเป็นการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง (บัญญัติ ชำนาญกิจ, 2551, หน้า 16)

4. จากผลการวิจัยข้อที่ 4 ที่พบว่า นักศึกษาที่ได้รับการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิค STAD มีความพึงพอใจในการเรียนอยู่ในระดับมาก น่าจะเนื่องมาจากการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิค STAD ครั้งนี้ นักศึกษาได้มีทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มช่วยเหลือเกื้อกูลความรู้ซึ่งกันและกัน นักศึกษาช่วยกันคิดและอธิบายให้เข้าใจได้ โดยใช้ภาษาของนักศึกษาด้วยกันเอง เปิดโอกาสให้ทุกคนมีส่วนร่วมในกลุ่ม เพื่อช่วยให้กลุ่มประสบความสำเร็จ ทำให้นักศึกษาทุกคนในกลุ่มมีความรู้สึกภาคภูมิใจ มีแรงจูงใจ และความกระตือรือร้น ที่จะเรียน มีความสุขกับการเรียนมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับหลักการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ที่ว่า เป็นการเรียนที่ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติการหรือคิดอย่างตื่นตัว ผลที่พึงได้จากการเรียนแบบใฝ่รู้ก็คือ ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ หรือเกิดการเปลี่ยนแปลง ไปในทางที่พึงประสงค์ทั้งทางด้านความรู้ ความเข้าใจ ทักษะ และเจตคติ บทบาทที่สำคัญของผู้เรียนขณะเรียนคงมิใช่การนั่งฟังนิ่งๆ จดบันทึกการบรรยายท่องจำ การแสดงความคิดเห็นในเรื่องที่เรียน การได้ประยุกต์ใช้สิ่งที่เรียนในชีวิตประจำวัน ผู้เรียนควรมีโอกาสที่จะได้มีส่วนร่วมโดยตรงในกิจกรรมการเรียนรู้ของตน โดยได้ลงมือคิดเอง ทำเอง ลงมือปฏิบัติ และมีโอกาสสร้างข้อสรุป หรือองค์ความรู้ หรือผลิตชิ้นงานด้วยตนเอง โดยผ่านกระบวนการสนทนา แลกเปลี่ยนความรู้ ความคิด ตลอดจนประสบการณ์กับผู้รู้ เพื่อนๆ และสอดคล้องกับหลักการเรียนแบบร่วมมือที่ว่า การเรียนแบบร่วมมือ หมายถึง วิธีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นการจัดสภาพแวดล้อมทางการเรียนให้นักเรียนได้เรียนรู้ร่วมกันเป็นกลุ่มเล็กๆ แต่ละกลุ่มประกอบด้วยสมาชิกที่มีความรู้ความสามารถแตกต่างกัน โดยที่แต่ละคนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในการ

เรียนรู้และในความสำเร็จของกลุ่ม ทั้งโดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การแบ่งปันทรัพยากรการเรียนรู้ รวมทั้งการเป็นกำลังใจแก่กันและกัน คนที่เรียนเก่งจะช่วยเหลือคนที่อ่อนกว่า สมาชิกในกลุ่มไม่เพียงแต่รับผิดชอบต่อการเรียนของตนเองเท่านั้น หากแต่จะต้องร่วมกันรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของเพื่อนสมาชิกทุกคนในกลุ่ม (วัฒนาพร กระจับทุกซ์, 2542, หน้า 34)

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้พบข้อสังเกตบางประการ ซึ่งจะขอเสนอแนะดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1. ผลการวิจัยครั้งนี้ทำให้ได้แผนการสอนรายวิชาภาษาอังกฤษสำหรับนักรัฐศาสตร์ โดยการจัดการเรียนรู้แบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิค STAD ซึ่ง ผู้บริหาร ครู อาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษาที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาพฤติกรรมการเรียนรู้ และผลสัมฤทธิ์ในรายวิชาต่างๆ ได้

2. การที่ครูจะนำการสอนโดยใช้เทคนิคการเรียนแบบร่วมมือไปใช้สอนนั้น ครูผู้สอนต้องศึกษารายละเอียดล่วงหน้าเกี่ยวกับความหมาย องค์ประกอบ

ที่สำคัญ และการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนโดยใช้เทคนิคการเรียนแบบร่วมมือ เพื่อเป็นการเตรียมบทบาทของครู ผู้เรียน วัสดุอุปกรณ์ เวลา และสถานที่ให้เหมาะสม

3. ควรทำการสอนโดยใช้เทคนิคการเรียนแบบร่วมมือแบบอื่นๆ มาใช้ในด้านอื่น หรืออาจนำไปใช้กับวิชาอื่นๆ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาค้นคว้าเพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนจากบทเรียน โดยการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ด้วยเทคนิค STAD กับการเรียนจากสื่ออื่นๆ หรือการสอนแบบอื่นๆ

2. ควรพัฒนาการเรียนการสอนโดยใช้เทคนิครูปแบบอื่นๆ เช่น เทคนิคจิ๊กซอ (Jigsaw) เทคนิคเพื่อนเรียน (Partners) หรือเทคนิคแลกเปลี่ยนปัญหา (Trade-a-problem) เพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ผู้เรียนต่อไป

3. ควรมีการเปรียบเทียบพฤติกรรมการเรียน และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน จากการใช้แผนการจัดการเรียนแบบใฝ่รู้ระหว่างเทคนิคต่างๆ ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- นวลศรี ชำนาญกิจ (2550). ผลการสอนโดยใช้ลำดับขั้นของ ไดนา แวน ฮีลี ที่มีต่อระดับการคิดทางเรขาคณิตตามตัวแบบ แวน ฮีลี และความสามารถในการพิสูจน์ทางเรขาคณิตของนักศึกษาครู สาขาวิชาคณิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. *วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์*, 2(5), 11-23.
- บัญญัติ ชำนาญกิจ. (2551). *เอกสารประกอบการอบรมเรื่อง Active Learning*. นครสวรรค์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- วิทยากร เชียงกุล. (2553). *การปฏิรูปการศึกษาของประเทศฟินแลนด์ นิวซีแลนด์ จีน เวียดนาม สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เกาหลีใต้ และไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ
- วัฒนาพร ระจับทุกษ์. (2542). *แผนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.
- สิริพร ปาณางษ์ (2557). *Active Learning เทคนิคการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21*. ค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม พ.ศ. 2558 , จาก <http://edu.nsrui.ac.th/2011/qass/?view=research.php>
- อธิปัตย์ คลี่สุนทร. (2546). ว่าด้วยคณิตศาสตร์ข้อคิดเพื่อพิจารณา. *วารสารวิชาการ*, 6(4), 7-8. Artz, A. F., & Newman, C. M. (1990). Cooperative Learning. *Mathematics Teacher*, 83(6), 448-449.

การศึกษาศาเหตุการลาออกกลางคันของนักศึกษาหลักสูตร
ประกาศนียบัตรวิชาชีพและหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
กรณีศึกษา : วิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา
เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

A Study the reasons for the resignation of dropout students in
vocational Certificate and professional publishing Diploma
Case Study : College of Business Administration Viboon ramindra
in Bang Khen, Bangkok.

สุภารัตน์ พิมพ์รัตนกานต์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาศาเหตุการลาออกกลางคันของนักเรียนนักศึกษา หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพและหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ของวิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา ศึกษาโดยจำแนกตามปัญหาด้านเศรษฐกิจของครอบครัว ปัญหาด้านครอบครัว ปัญหาด้านการเรียน ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม การทะเลาะวิวาท ก้าวร้าว หนีเรียน ชู้สาว และปัญหาด้านสุขภาพ กลุ่มประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาเป็นนักเรียนนักศึกษาระดับหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ และระดับหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 80 คน การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลและความสัมพันธ์ของตัวแปร ผู้วิจัยใช้สถิติวิเคราะห์ คือสถิติเชิงพรรณนา (ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน)

จากผลการศึกษาพบว่าสาเหตุการลาออกกลางคันของนักศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา มีสาเหตุการลาออกกลางคันที่เป็นสาเหตุหลัก คือสาเหตุด้านเศรษฐกิจของครอบครัวของนักศึกษา อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.31) และสาเหตุรองลงมาคือสาเหตุด้านสิ่งแวดล้อม การทะเลาะวิวาทก้าวร้าว หนีเรียน ชู้สาว อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.23) สาเหตุด้านครอบครัว ของนักเรียนนักศึกษา อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.16) สาเหตุด้านการเรียนของนักศึกษา อยู่ในระดับมาก (เฉลี่ย = 4.03) และสาเหตุด้านสุขภาพ อยู่ในระดับมาก (เฉลี่ย = 3.93)

คำสำคัญ : การลาออกกลางคัน หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง

¹สาขาวิชาการบริหารจัดการเครือข่ายร้านอาหาร วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

Abstract

This research aims to study the Study the reasons for the resignation of dropout students in vocational Certificate and professional publishing Diploma Case Study : College of Business Administration Viboon ramindra were classified by economic problems of the family. Family issues Academic problems The drugs problem Controversy aggressive truancy and sexual health issues. The sample consisted of 80 samples of the target population for the study. This research is quantitative research . Questionnaires were used to collect data For the data analysis and correlation of variables . The researcher used statistical analysis is descriptive statistics (frequency, percentage, average, and standard deviation)

The study found that the reasons for the resignation of dropout students . in vocational Certificate and professional publishing Diploma Case Study : College of Business Administration Viboon ramindra has cause to resign halfway the main reason . Economic causes of the ($\bar{x}$ = 4.31). Next controversy aggressive involvement in truancy highest level ($\bar{x}$ = 4.23). Family reasons Students At a high level ($\bar{x}$ = 4.16). The cause of student learning At a high level ($\bar{x}$ = 4.03). and health reasons At a high level ($\bar{x}$ = 3.93).

Keywords: dropout, Vocational Certificate, professional publishing Diploma

บทนำ

ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ซึ่งเป็นกฎหมายการศึกษาของประเทศไทยที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคม 2542 ได้บัญญัติสาระสำคัญที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมไว้อย่างชัดเจนในมาตรา 8 (2) ว่าการจัดการศึกษาให้ยึดหลักให้สังคมมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา และมาตรา 9 (6) กำหนดให้จัดระบบโครงสร้างและกระบวนการจัดการศึกษาให้ยึดหลักการมีส่วนร่วมของบุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กรชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เอกชน องค์กรเอกชน สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และสถาบันสังคมอื่น ด้านแนวทางการจัดการศึกษา มาตรา 24 (6) ให้โรงเรียนและชุมชนมีการประสานความร่วมมือ ในการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียน

ตามศักยภาพ มาตรา 29 ส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนโดยจัดกระบวนการเรียนรู้ในชุมชน

เพื่อให้ชุมชนมีการจัดการศึกษาอบรม มีการแสวงหาความรู้ ข้อมูล ข่าวสาร รู้จักเลือกสรร ภูมิปัญญาและวิทยาการต่างๆ เพื่อพัฒนาชุมชนให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการ ตามพระราชบัญญัติ การศึกษา พ.ศ. 2542 นั้นเป็นการเอื้อให้ทุกส่วนของสังคมได้มีโอกาสเข้าไปมีบทบาทในการพัฒนาการศึกษาเพื่อพัฒนาการศึกษาให้มีคุณภาพ สอดคล้องสัมพันธ์กับความต้องการของบุคคลและชุมชน การมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนและโรงเรียนในการจัดการศึกษานับว่าเป็นสิ่งที่มีความหมายและมีความสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต่อการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานซึ่งเป็นการจัดการศึกษาเพื่อคนส่วนใหญ่

ของประเทศ และเป็นการจัดการศึกษาที่มีผู้เข้ารับการศึกษามากที่สุด เพราะเป็นทั้งการศึกษาภาคบังคับและเป็นการศึกษาขั้นพื้นฐานระดับเดียวที่รัฐกำหนดนโยบายให้เป็นการศึกษาแบบให้เปล่า ทำให้เด็กมีอายุอยู่ในเกณฑ์การศึกษาภาคบังคับหรือการศึกษาขั้นพื้นฐาน มีโอกาส ได้เข้ารับการศึกษาในระบบโรงเรียน และมีโอกาสได้เข้ารับการศึกษาขัดเกลาทางสังคมจากโรงเรียนให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะที่จะดำรงชีวิตอยู่ในสังคม ในฐานะที่เป็นสมาชิกที่ดีและมีคุณค่า

ซึ่งโดยเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญและพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติต้องการที่จะให้เด็กที่อยู่ในผืนแผ่นดินไทยทุกคนได้เข้ารับการศึกษาขั้นพื้นฐาน และเข้าศึกษาภาคบังคับ จำนวน 9 ปี จึงเป็นหน้าที่และความรับผิดชอบของสถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต้องรับเด็กในเขตบริการหรือเด็กในความรับผิดชอบที่มีอายุย่างเข้าปีที่เจ็ดได้เข้าศึกษาในภาคบังคับทุกคน และเมื่อเด็กได้เข้าศึกษาแล้วจะต้องพยายามให้เด็กศึกษาเล่าเรียนจนจบการศึกษาภาคบังคับและได้ศึกษาในระดับที่สูงขึ้นต่อไป แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นในทุกยุคทุกสมัยคือปัญหาที่เด็กส่วนหนึ่งศึกษาเล่าเรียนไม่จบการศึกษาภาคบังคับเพราะลาออกกลางคันนั่นเอง

แต่ถึงอย่างไรก็ตาม สาเหตุของการออกกลางคันนั้นเป็นปัญหาที่นักเรียนต้องออกจากกระบบโรงเรียนก่อนเรียนจบหลักสูตรตามที่กำหนดไว้ ปัญหาการออกกลางคันของนักเรียนเกิดขึ้นมานานและดูจะเป็นปัญหาปกติของโรงเรียนที่ครูหลายคนเห็นว่าไม่ใช่เรื่องที่เป็นปัญหา จึงไม่ได้หาแนวทางที่เหมาะสมเพื่อแก้ปัญหาทำให้เกิดผลเสียต่อประเทศหลายประการทั้งความสูญเสียงบประมาณทางการศึกษาที่รัฐจัดให้มีการศึกษาทำให้ทรัพยากรบุคคลที่ควรจะมีคุณค่า กลายเป็นทรัพยากรที่มีปัญหา และต้องเสียงบประมาณในการแก้ปัญหาที่บุคคลเหล่านั้นก่อขึ้น ถือเป็นความสูญเสียเปล่าทางการศึกษาเมื่อคิดถึงการลงทุน

รวมถึงความสูญเสียในสิ่งต่างๆ อีกมากมายที่บางครั้งครูไม่คาดคิด และที่สำคัญคือการแก้ปัญหาเด็กออกกลางคันเป็นการช่วยเหลือเด็กให้มีโอกาสเรียนรู้อย่างมีคุณภาพตามหลักสูตรการรับนักเรียน การเกณฑ์นักเรียนเข้าเรียน และการติดตามนักเรียน เป็นงานที่สำคัญงานหนึ่งที่อยู่ในขอบข่ายภารกิจงานการจัดการศึกษาของสถานศึกษาจะดำเนินไปไม่ได้หากไม่มีนักเรียนที่เป็นทรัพยากรของชาติที่สำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งจากสภาพปัญหาทางการศึกษาของประเทศดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงผลเชื่อมโยงที่จะกลายเป็นปัญหาต่อการพัฒนาประเทศต่อไปในอนาคต คือ ช่องว่างของความแตกต่างทางด้านรายได้ระหว่างชนบทกับเมืองจะมากขึ้น และแรงงานไทยที่จะออกสู่ตลาดแรงงานของประเทศส่วนใหญ่จะมีระดับการศึกษาเพียงระดับภาคบังคับเป็นส่วนใหญ่ สำหรับการเรียนต่อจากระดับมัธยมศึกษาสู่ระดับอุดมศึกษานั้นจะมีปัญหาในเรื่องการช่วงชิงที่นั่งเรียนในมหาวิทยาลัยปิดหรือมหาวิทยาลัยของรัฐบาล ซึ่งบรรดาผู้ปกครองและนักเรียนต้องทุ่มเททุนรอนสำหรับการเตรียมตัวค่อนข้างสูง โดยเฉพาะการกวาดวิชาเพื่อเตรียมพร้อมในการสอบเข้าเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา อย่างไรก็ตามผู้ที่พลาดโอกาสในการเรียนในมหาวิทยาลัยปิดก็ยังมีโอกาสในการเรียนในระดับอุดมศึกษาสายอาชีพทั้งของรัฐบาลและเอกชน มหาวิทยาลัยเปิดทั้งของรัฐบาลและเอกชน และระบบของกรมการศึกษานอกโรงเรียน ปัญหาอีกด้านหนึ่งของการศึกษาในระดับอุดมศึกษาโดยเฉพาะในมหาวิทยาลัยปิดของรัฐบาลมักเป็นการศึกษาเกี่ยวกับด้านสังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ ในขณะที่การศึกษาทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เช่น วิศวกรรมศาสตร์ วัสดุศาสตร์ วิทยาศาสตร์พื้นฐาน ตลอดจนวิทยาศาสตร์ เป็นต้น ซึ่งเป็นสาขาวิชาที่ใช้ประโยชน์ทางด้านอุตสาหกรรมและคุณภาพของผู้ที่จบการศึกษาในวิชาทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยียังไม่สามารถปฏิบัติงานในโรงงานอุตสาหกรรมได้ทันทีที่ต้องผ่านระยะเวลาการ

อบรมในโรงงานอีกระยะหนึ่งก่อนที่จะสามารถปฏิบัติงานได้

สืบเนื่องจากสภาพปัญหาการลาออกกลางคันของนักเรียนนักศึกษา ถึงแม้ว่าหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่เกี่ยวข้อง จะได้ทุ่มเทให้ความสำคัญกับการแก้ปัญหาผู้เรียนออกกลางคัน (drop out) แล้วก็ตาม แต่ในปัจจุบันปัญหาการออกกลางคันของผู้เรียนก็ยังไม่หมดไป สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาเป็นหน่วยงานหลักของกระทรวงศึกษาธิการที่จัดการเรียนการสอนด้านวิชาชีพ ได้รับผลกระทบจากปัญหาการออกกลางคันของผู้เรียนเช่นเดียวกับหน่วยงานหลักอื่น การลงทุนจัดการศึกษาดังกล่าวข้างต้นต้องใช้งบประมาณมาก หากศึกษาไม่สำเร็จตามหลักสูตร อาจถือว่าการลงทุนจัดการศึกษาระดับนั้น ไม่บรรลุ วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ผู้ที่อยู่เบื้องหลังการลงทุนทุกคนต้องผิดหวัง สิ่งที่ตามมาคือ ความสูญเสียทางการศึกษา ซึ่งในแต่ละปีต้องสูญเสียเป็นเงินไม่น้อย หากคิดเป็นความรู้ที่ด้านจิตใจแล้วอาจประมาณค่ามิได้ ความสูญเสียทางการศึกษาที่เห็นได้ชัดเจนอย่างหนึ่งคือการออกกลางคันต่างๆ ที่นักเรียนต้องการจะศึกษาให้สำเร็จตามหลักสูตรระดับนั้น ความจำเป็นด้านต่างๆ มีส่วนผลักดันให้นักเรียนตัดสินใจออกกลางคันซึ่งเป็นภาวะจำยอม เพราะนักศึกษาไม่สามารถแก้ปัญหาที่กำลังเผชิญอยู่ในขณะนั้นได้ นักศึกษาที่ออกกลางคันเหล่านั้นย่อมได้รับความกระทบกระเทือนด้านจิตใจ สถานภาพของเขาไม่มั่นคง ปัญหาของนักศึกษาที่ออกกลางคันนี้อาจกลายกลายเป็นปัญหาของสังคม เช่น การว่างงาน ไม่มีอาชีพเป็นหลักที่แน่นอน ในขณะที่เดียวกันจำเป็นต้องต่อสู้ดิ้นรนเพื่อการดำรงชีพในสังคม ในช่วงนี้นักศึกษาอาจมีพฤติกรรมเบี่ยงเบนที่ผิดไปจากพฤติกรรมของคนทั่วไป ซึ่งสังคมเราไม่ยอมรับ ได้แก่ การเสพยา การใช้สิ่งเสพติดให้โทษ ก่ออาชญากรรม และรวมถึงการต่อต้านสังคม

ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาทั้งภาครัฐและภาคเอกชน จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนในการศึกษาวิจัย

เพื่อศึกษาสาเหตุการลาออกกลางคันของนักศึกษาเพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในการแก้ไขปัญหาลาออกกลางคันของนักศึกษาและเพื่อเป็นการยกระดับขีดความสามารถทางการบริหารจัดการสถานศึกษา จึงนำปัญหานี้เข้าสู่กระบวนการวิจัย เพื่อศึกษาหาแนวทางในการบริหารจัดการสถานศึกษาโดยสามารถนำไปเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาลาออกของนักเรียนได้ ทำให้อัตราการลาออกของนักเรียนลดลง และสามารถนำไปใช้ในการบริหารจัดการศึกษาของสถานศึกษาที่เหมาะสมกับยุคปัจจุบันต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาสาเหตุการลาออกกลางคันของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง กรณีศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากร ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษากลุ่มประชากรเป้าหมายซึ่งเป็นนักศึกษาระดับหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ และระดับหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา จังหวัดกรุงเทพมหานคร จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 80 คน

ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัย จากสื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์ภายในประเทศที่เกี่ยวข้องกับสถานศึกษาในการบริหารจัดการการศึกษสาเหตุการลาออกกลางคันและการแก้ปัญหาการลาออกกลางคัน

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยทำการวิจัย เรื่องการศึกษสาเหตุการลาออกกลางคันของนักศึกษาระดับหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพและหลักสูตรประกาศนียบัตร

วิชาชีพชั้นสูง กรณีศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา เขตบางเขน จังหวัดกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยทำการศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัย จากสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาสาเหตุการลาออกกลางคัน และการแก้ปัญหาการลาออกกลางคันของนักเรียน นักศึกษาของสถานศึกษา ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารการศึกษา

การบริหารการศึกษา เป็นสิ่งสำคัญของประเทศ นักบริหารการศึกษาจำเป็นต้องมีวิสัยทัศน์ ความคิดริเริ่ม และความคิดสร้างสรรค์เพื่อที่จะได้นำองค์การไปสู่ความสำเร็จ สมประสงค์ หลักและทฤษฎีการศึกษา จะมีส่วนช่วยเป็นอย่างมากให้นักบริหารการศึกษาเป็นผู้มีความคิดริเริ่ม คิดสร้างสรรค์และมีวิสัย พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 ซึ่งเป็นกฎหมายการศึกษาของประเทศที่มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 20 สิงหาคม 2542 ได้บัญญัติสาระสำคัญเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมไว้อย่างชัดเจน ในมาตรา 8 (2) ว่าการจัดการศึกษาให้ยึดหลักให้สังคมมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา และมาตรา 9 (6) กำหนดให้จัดระบบโครงสร้างและกระบวนการจัดการศึกษาให้ยึดหลักการมีส่วนร่วมของบุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กรชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เอกชน องค์กรเอกชน สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และสถาบันสังคมอื่น ด้านแนวการจัดการศึกษา มาตรา 24 (6) ให้โรงเรียนและชุมชนมีการประสานความร่วมมือในการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อพัฒนาผู้เรียนตามศักยภาพ มาตรา 29 ส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชนโดยจัดกระบวนการเรียนรู้ในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีการจัดการศึกษาอบรม มีการแสวงหาความรู้ ข้อมูล ข่าวสาร รู้จักเลือกสรรภูมิปัญญา และวิทยาการ ต่างๆ เพื่อพัฒนาชุมชนให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการ รวมทั้งวิธีการสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การพัฒนา ระหว่างชุมชนด้านการบริหารการศึกษา มาตรา 40 ให้

มีคณะกรรมการสถานศึกษาเพื่อทำหน้าที่กำกับและส่งเสริมสนับสนุนกิจการของสถานศึกษา และมาตรา 57 กำหนดให้หน่วยงานทางการศึกษาระดับมัธยมศึกษา บุคคลในชุมชนให้มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ตามพระราชบัญญัติ การศึกษา พ.ศ. 2542 นั้นเป็นการเอื้อให้ทุกส่วนของสังคมได้มีโอกาสเข้าไปมีบทบาทในการพัฒนาการศึกษาเพื่อพัฒนาการศึกษาให้มีคุณภาพ ทศน์ (พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี)

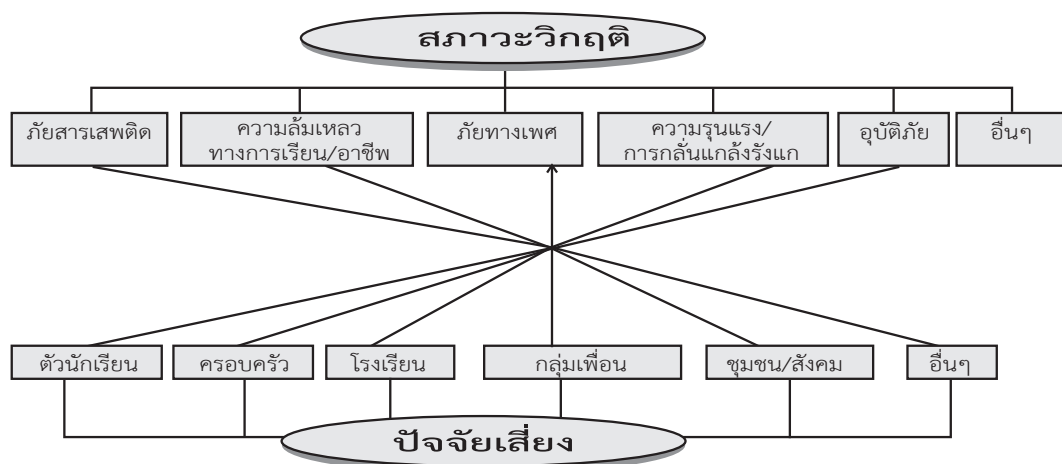
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอาชีวศึกษาเอกชน และสถานศึกษา การอาชีวศึกษาเอกชน ความหมายตามรูปศัพท์พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2525, หน้า 939) กำหนดความหมายของคำว่าอาชีวศึกษาว่า อาชีวะหมายถึงการเลี้ยงชีวิต การทำมาหากินงานที่ทำเป็นประจำเพื่อเลี้ยงชีพ และคำว่าอาชีวศึกษา หมายถึงการศึกษาที่มุ่งไปในทางช่างฝีมือ การจัดการอาชีวศึกษาเอกชน เกิดจากการรวมตัวกันของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน โดยจัดตั้งเป็นสำนักงานการอาชีวศึกษาเอกชน ซึ่งมีวิสัยทัศน์และพันธกิจ ซึ่งมี ศาสตราจารย์ ดร.วิจิตร ศรีสะอ้าน รัฐมนตรีกระทรวงศึกษาธิการ ผลักดันจนสำเร็จในปี พ.ศ.2551 โดยมีวิสัยทัศน์การอาชีวศึกษาเอกชน สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาเป็นองค์กรหลักในการจัดการอาชีวศึกษาและฝึกอบรมวิชาชีพให้ประชาชนอย่างทั่วถึง ตลอดชีวิต มีคุณภาพได้มาตรฐานและจัดการองค์ความรู้ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานและอาชีพอิสระและสอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ มีพันธกิจอาชีวศึกษาเอกชน ในการผลิตและพัฒนากำลังคนด้านวิชาชีพทุกระดับอย่างทั่วถึงและเสมอภาค สร้างการบริหารและจัดการอาชีวศึกษาที่มีคุณภาพได้มาตรฐาน และพัฒนางานวิจัยสร้างนวัตกรรมพัฒนาและถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อการประกอบวิชาชีพ และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน (สมใจ เพียรประสิทธิ์,

อัครตัน พูลกระจ่าง, 2554).

ระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน หมายถึง ระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนเป็นกระบวนการดำเนินงานดูแลช่วยเหลือนักเรียนอย่างมีขั้นตอน พร้อมด้วยวิธีการและเครื่องมือการทำงานที่ชัดเจนโดยมีครูที่ปรึกษาเป็นบุคลากรในการดำเนินการดังกล่าว และมีการประสานความร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับครูที่เกี่ยวข้อง หรือบุคคลภายนอก รวมทั้งการสนับสนุน สอดคล้องกับการให้ความหมายของสำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา และยังได้ให้ความหมายระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนว่า เป็นกระบวนการดำเนินงานดูแลช่วยเหลือนักเรียนที่มีขั้นตอนชัดเจน พร้อมทั้งมีวิธีการและเครื่องมือที่มีมาตรฐาน คุณภาพ และมีหลักฐานการทำงานที่ตรวจสอบได้ โดยมีครูประจำชั้น/ครูที่ปรึกษาเป็นบุคลากรหลักในการดำเนินงานและบุคลากรทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งในและนอกสถานศึกษา อันได้แก่ คณะกรรมการสถานศึกษา ผู้ปกครอง ชุมชน

ผู้บริหาร และครูทุกคน มีส่วนร่วมสำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ (2547, หน้า 4) ได้ให้ความหมายของการดูแลช่วยเหลือนักเรียนว่า คือ การส่งเสริม พัฒนา ป้องกันและแก้ปัญหาเพื่อให้ นักเรียนได้พัฒนาเต็มตามศักยภาพ มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ มีภูมิคุ้มกันทางจิตใจที่เข้มแข็ง คุณภาพชีวิตที่ดี มีทักษะการดำรงชีวิต และรอดพ้นจากวิกฤติทั้งปวงนอกจากนี้ สำนักพัฒนาสุขภาพจิต กรมสุขภาพจิต ยังได้ให้ความหมายไปในทิศทางเดียวกันว่า การดูแลช่วยเหลือ หมายถึง การส่งเสริม การป้องกัน และการช่วยเหลือแก้ไขปัญหา โดยมีเครื่องมือสำหรับครูที่ปรึกษาและบุคลากรที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการดำเนินงานพัฒนานักเรียนให้เป็น คนดี คนเก่ง ปลอดภัยจากสารเสพติด และมีความสุขในการดำรงชีวิตอยู่ในสังคม (กรมสุขภาพจิต สำนักพัฒนาสุขภาพจิต, 2546, หน้า 4)

กรอบแนวคิดระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน



ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิดระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน (ที่มา : สำนักงานการศึกษาขั้นพื้นฐาน)

ปัจจัยสำคัญหรือเงื่อนไขเป็นสาเหตุหรือตัวกระตุ้นให้เกิดปัญหาดังกล่าวประกอบด้วย

ปัจจัยด้านตัวนักเรียน ปัจจัยเสี่ยงด้านสังคม ปัจจัยเสี่ยงในโรงเรียน ปัจจัยเสี่ยงด้านกลุ่มเพื่อน และปัจจัยเสี่ยงด้านชุมชนและสังคม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสาเหตุการลาออกกลางคัน สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ ได้ให้ความหมายว่า “การออกกลางคัน คือ การที่นักเรียนถูกจำหน่ายชื่อออกจากสถานศึกษา ในขณะที่ยังไม่สำเร็จการศึกษาโดยไม่ใช้สาเหตุอันเนื่องมาจากการย้ายสถานศึกษา”

สมใจ เพียรประสิทธิ์ และอัครรัตน์ พูลกระจำว (2554) สรุปได้ว่าเหตุหรือปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การออกกลางคันของนักเรียนจากปัจจัยหลักซึ่งประกอบไปด้วยด้านนักเรียนไม่อยากเรียน ไม่พร้อมที่จะเรียน มีความบกพร่องด้านร่างกายหรือสติปัญญา ด้านโรงเรียนและครู ที่ไม่สามารถกระตุ้นให้นักเรียนมีความสนใจที่จะเรียน ขาดการบริการแนะแนว มีทรัพยากรในการจัดการเรียนการสอนไม่เพียงพอ ด้านครอบครัว ที่มีปัญหาด้านเศรษฐกิจ ครอบครัวที่แตกแยก ไม่มีผู้ดูแลเอาใจใส่นักเรียน และด้านสังคมที่ไม่เอื้อต่อการดำรงชีวิตไปในทางที่ดีให้กับนักเรียน เหมาะสมกับวัยของนักเรียน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและการบริหารชั้นเรียน สภาพแวดล้อมและบรรยากาศในชั้นเรียนมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมความสนใจใคร่รู้ใคร่เรียนให้แก่ผู้เรียน ชั้นเรียนที่มีบรรยากาศ

เต็มไปด้วยความอบอุ่น ความเห็นอกเห็นใจ และความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อกันและกัน ย่อมเป็นแรงจูงใจภายนอกที่กระตุ้นให้ผู้เรียนรักการเรียนรักการอยู่ร่วมกันในชั้นเรียนและช่วยปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรมความประพฤติอันดีงามให้แก่ นักเรียน มีภูมิวิชาการส่งเสริม

ความหมายของการจัดบรรยากาศในชั้นเรียน

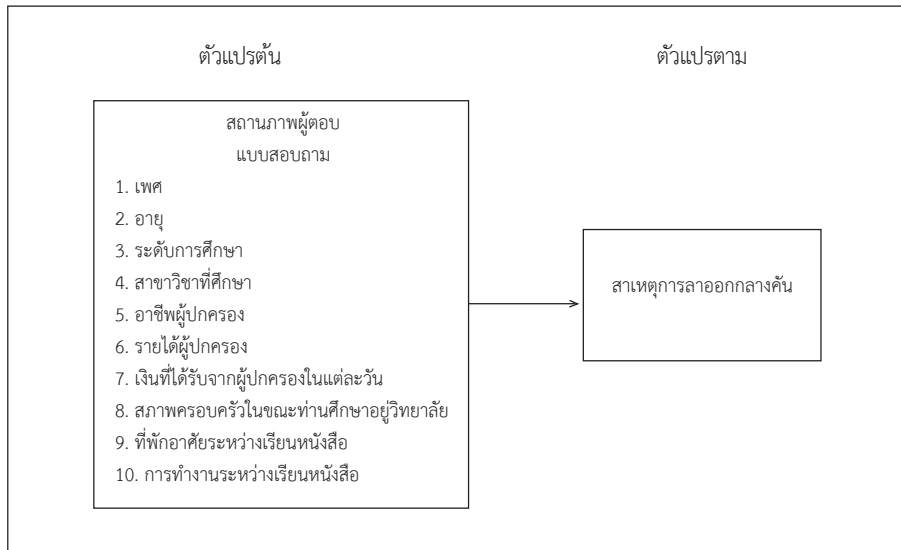
การจัดบรรยากาศในชั้นเรียน หมายถึง การ จัดสภาพแวดล้อมในชั้นเรียนให้เอื้ออำนวยต่อการเรียนการสอน เพื่อช่วยส่งเสริมให้กระบวนการเรียน การสอนดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยสร้างความสนใจใฝ่รู้ใฝ่ศึกษา ตลอดจนช่วยสร้างเสริมความ มีระเบียบวินัยให้แก่ผู้เรียน

การกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการ วิจัย ดังนี้ ตัวแปรอิสระ แสดงสถานภาพผู้ตอบ แบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สาขา วิชาที่ศึกษา อาชีพผู้ปกครอง รายได้ของผู้ปกครอง เงินที่ได้รับจากผู้ปกครองในแต่ละวัน สภาพครอบครัว ในขณะที่ท่านศึกษาอยู่ในวิทยาลัย ที่พักอาศัยระหว่าง เรียนหนังสือ การทำงานระหว่างเรียนหนังสือ

และตัวแปรตาม แสดงสาเหตุการลาออกกลาง คัน ได้แก่ ปัญหาด้านเศรษฐกิจของครอบครัว ปัญหา ด้านครอบครัว ปัญหาด้านการเรียน ปัญหาด้านสิ่ง เสพติด การทะเลาะวิวาท ก้าวร้าว หนีเรียน ขี้สว และ ปัญหาด้านสุขภาพ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 2 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัยจากตัวแปรที่สังเคราะห์แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยจากผลการทบทวนวรรณกรรม

กลุ่มตัวอย่าง การวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 80 คน

วิธีการศึกษา หรือการวิจัย

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัย ประเภทการวิจัยเชิงปริมาณและเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากแหล่งปฐมภูมิ ตลอดจนศึกษาค้นคว้าวิเคราะห์ สังเคราะห์ เอกสาร บทความทั้งสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์จากแหล่งทุติยภูมิ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ผู้วิจัยทำการศึกษากลุ่มประชากรเป้าหมายที่เป็นนักศึกษาหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และหลักสูตรระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ปีการศึกษา 2557 ในวิทยาลัยเทคโนโลยี วิทยาลัยบริหารธุรกิจ รามอินทรา เขตบางเขน จังหวัดกรุงเทพมหานคร

การออกแบบเครื่องมือ

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยมีการออกแบบแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลในภาคสนาม แบ่งแบบสอบถามเป็นสามส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นสาเหตุการลาออกกลางคันของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ และหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ของวิทยาลัยเทคโนโลยีวิทยาลัยบริหารธุรกิจ รามอินทรา และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การตรวจคุณภาพเครื่องมือ

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยทำการตรวจเครื่องมือโดยใช้วิธีการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content

Validity Test) และวิธีทดสอบความเชื่อถือ (Reliability Test)

จากผลการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา เพื่อหาค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับตัวแปร โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน พบว่า ค่า IOC ของข้อคำถามอยู่ระหว่าง .67 – 1.00 มากกว่า .50 แสดงว่าข้อคำถามทุกข้อมีความสอดคล้องกันเชิงเนื้อหาและใช้เป็นข้อคำถามได้

ส่วนการทดสอบความเชื่อถือเพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา การวิจัยนี้ ผู้วิจัยทำการทดสอบ (Try- Out) จากผู้ตอบสอบถามเพื่อทดสอบ จำนวน 30 คน ซึ่งเป็นคนละกลุ่มกันกับประชากรที่ใช้ในการศึกษา พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของแบบสอบถามที่ใช้วัดตัวแปร จำนวน 5 ตัวแปร เท่ากับ $.812 > .70$ แสดงว่ามาตรวัดและข้อคำถามทุกข้อมีมาตรฐานความเชื่อถือได้ จึงเหมาะสมที่จะนำไปใช้ทำการสำรวจความคิดเห็นในการเก็บข้อมูล

การวัดและมาตรวัด

การวิจัยนี้ เป็นวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยใช้มาตรวัดตัวแปรแบบ Nominal Scale และแบบ Interval Scale โดยใช้มาตรวัดคะแนน 1-5 คะแนน ของ Likert Scale (Scale 1-5) ตลอดจนกำหนดเกณฑ์ค่าเฉลี่ยโดยใช้ค่าพิสัย (Range) เท่ากับ .80 และนำค่าพิสัยไปกำหนดช่วงคะแนนแบบค่าเฉลี่ย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัย ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยใช้สถิติและเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลของตัวแปร แบ่งเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) วิเคราะห์

ข้อมูล เพื่อหาค่าความถี่ (frequency) ร้อยละ (Percentage) ตอนที่ 2 ใช้สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาค่าเฉลี่ย () และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ตอนที่ 3 แบบคำถามปลายเปิด และสรุปเป็นความเรียง

ผลการดำเนินงาน

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับ เรื่องการศึกษาสาเหตุการลาออกกลางคันของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ และประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง กรณีศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีวิทยุวิทยาลัยบริหารธุรกิจ รามอินทรา เขตบางเขน จังหวัดกรุงเทพมหานคร วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสาเหตุการลาออกกลางคันของนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ และระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง กรณีศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีวิทยุวิทยาลัยบริหารธุรกิจ รามอินทรา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปโดยใช้สถิติพรรณนา

1.1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ ระหว่าง 15 – 20 ปี ระดับการศึกษา อยู่ในการศึกษาระดับ ปวช. 2 สาขาวิชาที่ศึกษาคือสาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ อาชีพของผู้ปกครอง คือพนักงานเอกชนและลูกจ้าง รายได้ของผู้ปกครองคือ 8,001 – 10,000 บาทต่อเดือน เงินที่ได้รับจากผู้ปกครองในการใช้จ่ายแต่ละวัน มากที่สุด 101 บาทขึ้นไป สภาพครอบครัวในขณะที่กำลังศึกษาอยู่ในวิทยาลัย คือพ่อแม่แยกทางกันอยู่ ที่พักอาศัยระหว่างเรียนหนังสืออาศัยอยู่กับบิดาหรือมารดา การทำงานระหว่างเรียนหนังสือคือไม่ได้ทำงานพิเศษ

1.2 การวิเคราะห์ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตาราง 1

ค่าสถิติพรรณนาแสดงค่าร้อยละ ($n = 80$)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศชาย	45	56.3
2. อายุ 15 – 20 ปี	51	63.7
3. ระดับการศึกษา ปวช. 2	27	33.7
4. สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ	30	37.5
5. อาชีพผู้ปกครองพนักงานเอกชน, ลูกจ้าง	32	40.0
6. รายได้ของผู้ปกครอง 8,001 – 10,000 บาท/เดือน	40	50.0
7. เงินที่ได้รับจากผู้ปกครอง ในแต่ละวัน 101 บาทขึ้นไป	44	55.0
8. สภาพครอบครัวในขณะที่ท่านศึกษาอยู่ในวิทยาลัย บิดามารดาแยกทางกันอยู่	37	46.3
9. ที่พักอาศัยระหว่างเรียนหนังสือ อาศัยอยู่กับบิดา หรือมารดา	34	42.5
10.การทำงานระหว่างเรียนหนังสือไม่ได้ทำงาน	36	45.0

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็น
โดยใช้สถิติพรรณนา2.1 ลักษณะข้อมูลความคิดเห็นสาเหตุการ
ลาออกกลางคันของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความ
คิดเห็นต่อตัวแปรในสาเหตุการลาออกกลางคัน พบ
ว่า ค่าเฉลี่ยโดยรวม ($\bar{X}$) อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย
($\bar{X} = 4.13$) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($SD=0.54$)

ตาราง 2

ค่าสถิติพรรณนาของตัวแปร และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ($n = 80$)

ตัวแปร	$\bar{X}$	SD	แปลผล
ปัญหาด้านเศรษฐกิจของครอบครัว	4.31	0.54	มาก
ปัญหาด้านครอบครัว	4.16	0.61	มาก
ปัญหาด้านการเรียน	4.03	0.56	มาก
ปัญหาด้านสิ่งเสพติด			
การทะเลาะวิวาท ก้าวร้าว หนีเรียน ชู้สาว	4.23	0.58	มาก
ปัญหาด้านสุขภาพ	3.93	0.45	มาก

เมื่อพิจารณารายตัวแปรพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นสาเหตุการลาออกกลางคันต่อปัญหาด้านเศรษฐกิจของครอบครัวมากที่สุด รองลงมาคือ ปัญหาด้านสิ่งเสพติด การทะเลาะวิวาท หนี้เรียน ชู้สาว ปัญหาด้านครอบครัว ปัญหาด้านการเรียน และปัญหาด้านสุขภาพ ตามลำดับ

อภิปรายผล

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษาสาเหตุการลาออกกลางคันของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพและหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง มีข้อค้นพบที่น่าสนใจที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ คือ จากผลการศึกษาพบว่านักศึกษามีความคิดเห็นว่าในภาพรวมของสาเหตุปัญหาการลาออกกลางคันของนักศึกษาอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 ด้านที่นักศึกษามีความคิดเห็นว่าเป็นสาเหตุของปัญหาที่ส่งผลให้นักศึกษาลาออกกลางคันมากที่สุด คือ ปัญหาด้านเศรษฐกิจของครอบครัว อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 รองลงมาคือสาเหตุปัญหาด้านสิ่งเสพติด การทะเลาะวิวาทก้าวร้าว หนี้เรียน ชู้สาว อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่คาดไว้ คือนักศึกษามีความเห็นว่าการลาออกกลางคันของนักศึกษาในวิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา มีสาเหตุปัญหาอยู่ในระดับมาก หรือได้รับค่าคะแนนเฉลี่ยไม่เกิน 3.50 ผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าสาเหตุปัญหาการลาออกกลางคันของนักศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา มีระดับมาก ซึ่งถือว่าเป็นปัญหาที่เนื่องจากจำนวนผู้เข้าเรียนแรกเข้ากับจำนวนผู้จบการศึกษาตามหลักสูตรไม่ตรงกัน ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จึงสอดคล้องกับรายงานสถิติของฝ่ายงานทะเบียน

และสอดคล้องกับรายงานการวิจัยของ วชิร ตระกูลงาม (2550) ได้วิจัยเรื่องศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลการลาออกกลางคันของนักศึกษามหา

วิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต พบว่าปัจจัยด้านครอบครัวส่งผลกระทบต่อผลการออกกลางคันคือปัญหาค่าใช้จ่าย

สรุปผล

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิจัย เรื่องการศึกษาสาเหตุการลาออกกลางคันของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ และหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง กรณีศึกษาวิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา เพื่อศึกษาสาเหตุการลาออกกลางคันของนักศึกษา จากวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งไว้พบว่า

สาเหตุการลาออกกลางคันของนักศึกษานั้น ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นสาเหตุการลาออกกลางคันต่อปัญหาด้านเศรษฐกิจของครอบครัว มากที่สุด รองลงมาคือ ปัญหาด้านสิ่งเสพติด การทะเลาะวิวาท หนี้เรียน ชู้สาว ปัญหาด้านครอบครัว ปัญหาด้านการเรียน และปัญหาด้านสุขภาพ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางในการนำผลการวิจัยไปเป็นข้อมูลในการแก้ปัญหาการลาออกกลางคันของนักเรียนนักศึกษาควรมีการดำเนินการดังนี้

1. การใช้กฎระเบียบในการปกครองควบคุมดูแลนักเรียน/นักศึกษาต้องมีความชัดเจน และยุติธรรม ไม่หุยมหิมนจนผู้เรียนเกิดความเบื่อหน่าย
2. สถานศึกษาให้ความสำคัญและจัดทำแผนแก้ปัญหาการออกกลางคันระยะยาวโดยความร่วมมือของผู้บริหารสถานศึกษา ครูผู้สอน ผู้ปกครอง ชุมชน
3. จัดเครือข่ายข้อมูลข่าวสารระหว่าง สถานศึกษา ครูผู้สอน และผู้ปกครองเพื่อรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่เสี่ยงต่อการออกกลางคันของนักเรียน โดยเฉพาะข้อมูลจากภายนอกวิทยาลัยฯ
4. จัดหลักสูตรการเรียนพิเศษหรือสอนซ่อมเสริมให้สำหรับนักเรียนกลุ่มเสี่ยงต่อการออกกลางคัน
5. ติดตามและเฝ้าระวังนักเรียนกลุ่มที่เสี่ยงต่อ

การออกกลางคัน เช่น ขาดเรียนบ่อยหรือติดยาเสพติด และติดต่อประสานข้อมูลกับผู้ปกครองของนักเรียนอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในอนาคต

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะการทำวิจัยในอนาคต คือ ผู้วิจัยควรนำตัวแปรที่เกี่ยวข้องที่ยังไม่ได้นำมาศึกษาวิจัยในครั้งนี้อีกมาศึกษาเพิ่มเติม นอกจากนี้ควรนำวิธีวิจัยแบบ Mixed Methods เป็นการผสมผสานการวิจัยเชิงคุณภาพกับการวิจัยเชิงปริมาณมาใช้เพื่อให้งานวิจัยนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับ ความกรุณาอย่างสูงสำเร็จได้ด้วย ความอนุเคราะห์

อย่างดียิ่งจากผู้เชี่ยวชาญที่ได้ถ่ายทอดวิชาความรู้ด้านการวิจัย พร้อมทั้งให้คำแนะนำปรึกษา แก้ไขข้อบกพร่องด้วยความเอาใจใส่และส่งเสริมให้กำลังใจด้วยดีตลอดมา ผู้วิจัยซาบซึ้งในความกรุณาเป็นอย่างยิ่ง และขอขอบพระคุณ ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้กรุณาตรวจสอบและแก้ไขเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้มีคุณภาพอย่างดียิ่ง ขอขอบพระคุณคณะผู้บริหารและคณาจารย์ตลอดจนนักเรียน นักศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยีวิบูลย์บริหารธุรกิจ รามอินทรา ที่ให้ความช่วยเหลืออำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลในการวิจัย และขอขอบพระคุณผู้เขียนตำราและงานวิจัยทุกท่านที่คณะผู้วิจัยได้นำผลงานของท่านมาศึกษาและอ้างอิง ในครั้งนี้จึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- กรมสุขภาพจิต สำนักพัฒนาสุขภาพจิต. (2546). คู่มือครู ระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน ช่วงชั้นที่ 3 - ช่วงชั้นที่ 4 ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1-6. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเชียงใหม่ เขต1, กลุ่มส่งเสริมการจัดการศึกษา (2550). ศึกษา ปัญหาและสาเหตุ การดำเนินงานตามพระราชบัญญัติการศึกษาภาคบังคับ พ.ศ. 2545 กรณีเด็กไม่ได้เข้าเรียน เข้าเรียนแล้วลาออกกลางคันและเรียนแล้วมีแนวโน้มการออกกลางคัน. เชียงใหม่ : ผู้แต่ง.
- สำนักงานการศึกษาแห่งชาติ.(2542). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545. กรุงเทพฯ : ผู้แต่ง.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2545). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ.
- สมใจ เพียรประสิทธิ์ และอัศครินทร์ พูลกระจำง. (2554). การศึกษาความคิดเห็นในการออกกลางคันของ นักศึกษาหลักสูตรวิชาชีพพระยาสัน โรงเรียนฝักอาชีวะ กรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร, 5(2), 20-32.
- ณัฐธินิชา พรรณรัตน์, กรัสไนย หวังรังสิมากุล และมณฑนา พิพัฒน์เพ็ญ. (2554). ปัญหาการลาออกกลางคัน ของเยาวชนที่รับทุนการศึกษาของ มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย จังหวัดสงขลา. วารสารมหาวิทยาลัย นราธิวาสราชนครินทร์, 1(3),130-144.
- กระทรวงศึกษาธิการ สำนักนโยบายและแผนการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม. (2552). แนวคิดและ นโยบาย กระทรวงศึกษาธิการ. กรุงเทพฯ : ครูสภาลาดพร้าว.
- ปองพล กลิ่นช้อย. (2555). ปัจจัยทางการบริหาร วิชาการและคุณภาพด้านบริการของฝ่ายสนับสนุน ที่ส่ง ผลต่อ ความจงรักภักดีของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ: กรณีศึกษา วิทยาลัยเทคโนโลยี สยามบริหารธุรกิจ. คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- วัชรวิ ตระกูลงาม และคณะ. (2550). ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การออกกลางคันของนักศึกษา มหาวิทยาลัย ราชภัฏสวนดุสิต. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- อัญชิสา อยู่ยืนยง. (2550). การศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลส่งผลให้เยาวชนตัดสินใจออกจากโรงเรียน กลางคันในระดับมัธยมศึกษา กรณีศึกษา : ตำบลบ้านบัว อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์. คณะ เศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เอกบุตร อยู่สุข. (2550). สาเหตุการออกกลางคันของนักศึกษา หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) วิทยาลัยการอาชีพพุทธมณฑล สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิตสาขาสหกรรมมหาบัณฑิต.กรุงเทพมหานคร : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า พระนครเหนือ.

คุณภาพของการให้บริการน้ำประปาของเทศบาล ตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

Service quality water supply of Kangsean sub-district municipality Muang district of Kanchanaburi province.

อารมย์ อำนวนัย¹ สรรค์ชัย กิตยานันท์²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาคุณภาพของการให้บริการน้ำประปา 2. ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อระดับคุณภาพของการให้บริการน้ำประปาของเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นประชาชนผู้เป็นตัวแทนครัวเรือนที่ใช้น้ำประปา จำนวน 337 ครัวเรือน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถาม สุ่มตัวอย่างโดยวิธีสะดวก วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเมื่อพบความแตกต่าง จะทำการเปรียบเทียบรายคู่ตามวิธี LSD ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผู้รับบริการส่วนใหญ่เป็นประเภทที่อยู่อาศัย มีรายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน 5,001-15,000 บาท จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ส่วนใหญ่มีจำนวน 3-4 คน งานที่มาติดต่อขอรับบริการ ส่วนใหญ่เป็นด้านการจดมาตรน้ำและชำระค่าน้ำประปา

2. คุณภาพของการให้บริการน้ำประปาของเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี มีระดับคุณภาพของการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ด้านความสุภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงลูกค้า ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านการติดต่อสื่อสาร ตามลำดับ

3. ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้รับบริการจำแนกตามประเภทของผู้ใช้น้ำ และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพของการให้บริการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แต่ผู้รับบริการที่มีรายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน และงานที่มาติดต่อขอรับบริการ แตกต่างกัน มีระดับคุณภาพของการให้บริการไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : คุณภาพของการให้บริการน้ำประปา ตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

¹บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

²อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

Abstract

The purposes of this research were to 1.study Service quality water supply 2.The different of personal factors that affect the level service quality water supply of Kangsean Sub-District Municipality Muang District of Kanchanaburi Province.

The sample group in this study was 337 households water user in Kangsean Sub-District Municipality Muang District of Kanchanaburi Province. A contacted questionnaire was used as a tool to research. The Statistics used in analyzing the data were percentage, mean, standard deviation, One way ANOVA and LSD test at a significant level of .05.

The research findings were as follows:

1. Most service provider were residence the average income per month between 5,001-15,000 baths. Most household member 3-4 people and the contact note the water meter and pay the water bill.

2. The Service quality water supply of Kangsean Sub-District Municipality Muang District of Kanchanaburi Province, were overall at a high level, ranking in the order of mean from high to low as understanding and knowing customer, courtesy,credibility, competence, access ,responsiveness and communication.

3. The hypothesis findings were as follows service provider who had different by water users and number of household members level had quality towards the service quality at a statistically significant level of .05 but service provider different who had average income per month and the contact did not have different level quality towards the Service quality water supply.

Keywords: Service quality Water Supply, Kangsean Sub-District

บทนำ

น้ำประปา จึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอีกอย่างหนึ่งสำหรับประชาชน ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิตโดยเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินกิจกรรมทุกประเภท สร้างผลผลิต ช่วยส่งเสริมให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างต่อเนื่อง โดยประชาชนได้นำน้ำประปามาใช้ประโยชน์หลายอย่างในชีวิตประจำวัน แต่เนื่องจากการให้บริการน้ำประปาของการประปาส่วนภูมิภาคยังไม่ครอบคลุมทุกพื้นที่รวมถึงในเขตพื้นที่

เทศบาลตำบลแก่งเสี้ยนด้วย ทำให้ในช่วงฤดูแล้งประชาชนขาดแคลนน้ำเพื่อการอุปโภค-บริโภค

เทศบาลตำบลแก่งเสี้ยนซึ่งเป็นหน่วยงานที่เป็นนิติบุคคลและเป็นหน่วยงานบริหารราชการส่วนท้องถิ่นมีภารกิจให้บริการน้ำประปา ตามยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน แนวทางการพัฒนาที่ 2 การพัฒนาระบบไฟฟ้าส่องสว่างและการประปา เพื่อส่งเสริมระบบสาธารณสุขปโภคที่ดีให้แก่ประชาชนในพื้นที่ อีกทั้งเป็นการแก้ปัญหาการขาดแคลนน้ำเพื่อการอุปโภค และปัญหาที่พบในการให้บริการน้ำประปา

ของเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน เช่น ปัญหาน้ำไม่ไหล น้ำไม่สะอาด ท่อแตก น้ำรั่ว ความผิดปกติของมาตรวัดน้ำ ความล่าช้าในการให้บริการของพนักงาน อุปกรณ์ชำรุดเสียหายบ่อย เป็นต้น (สำนักงานเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน กองช่าง, 2557)

จากสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจทำการศึกษาเรื่องคุณภาพของการให้บริการน้ำประปาของเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ทั้งนี้ผู้ที่จะให้ข้อมูลหรือคำตอบที่แท้จริงคือประชาชนผู้ใช้บริการน้ำประปานั้นเอง ผลจากการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขคุณภาพของการให้บริการน้ำประปาของเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้น้ำต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพของการให้บริการน้ำประปาของเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาถึงความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อระดับคุณภาพของการให้บริการน้ำประปาของเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

สมมติฐาน

1. ผู้รับบริการที่จำแนกตามประเภทผู้ใช้น้ำแตกต่างกัน มีระดับคุณภาพของการให้บริการน้ำประปา แตกต่างกัน
2. ผู้รับบริการที่มีรายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน มีระดับคุณภาพของการให้บริการน้ำประปา แตกต่างกัน
3. ผู้รับบริการที่มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนแตกต่างกัน มีระดับคุณภาพของการให้บริการน้ำประปา แตกต่างกัน

4. ผู้รับบริการที่มีงานที่มาขอรับบริการแตกต่างกัน มีระดับคุณภาพของการให้บริการน้ำประปา แตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งศึกษาถึงคุณภาพของการให้บริการน้ำประปาของเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ การเข้าถึงลูกค้า การติดต่อสื่อสาร ความสามารถ ความสุภาพ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การเข้าใจและรู้จักลูกค้า

2. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่ ประชาชนผู้เป็นตัวแทนครัวเรือนที่ใช้น้ำประปาในเขตพื้นที่ของเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 2,108 ครัวเรือนข้อมูล ณ เดือนมีนาคม 2557 (สำนักงานเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน กองช่าง ข้อมูลการจัดเก็บรายได้, 2557)

3. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาใช้การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจากสูตรคำนวณของทาโรยามาเน่ (Taro Yamane) ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งได้จำนวน 337 ครัวเรือน

4. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

4.1 ตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ ประเภทของผู้ใช้น้ำ รายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือนและงานที่มาติดต่อขอรับบริการ

4.2 ตัวแปรตาม คือ คุณภาพของการให้บริการน้ำประปาของเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ การเข้าถึงลูกค้า การติดต่อสื่อสาร ความสามารถ ความสุภาพ ความน่า

เชื่อถือ การตอบสนองลูกค้า การเข้าใจและรู้จักลูกค้า

5. ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาตามพื้นที่ของเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

6. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาตามระยะเวลาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ – เดือนพฤษภาคม 2558

วิธีการดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คุณภาพของการให้บริการน้ำประปาของเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมืองจังหวัดกาญจนบุรี

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ในการสร้างแบบสอบถามผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.1 ทำการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ และนำมาสร้างเป็นร่างแบบสอบถาม

3.2 นำร่างแบบสอบถามให้คณะกรรมการตรวจสอบนำมาปรับปรุงตามคำแนะนำ และเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจสอบความถูกต้องและเที่ยงตรงในเนื้อหา (Validity) โดยวิธีหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence หรือ IOC)

3.3 ปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องของแบบสอบถามตามที่คณะกรรมการควบคุมภาคินพนธ์และ

ผู้ทรงคุณวุฒิให้คำแนะนำ

3.4 นำแบบสอบถามที่ได้ทำการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Tryout) กับผู้ใช้น้ำของเทศบาลตำบลหนองบัว จำนวน 30 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยกำหนดดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

4.1 ผู้วิจัยขอหนังสืออนุญาตแจกแบบสอบถามจากมหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี ถึงเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี เพื่อขออนุญาตแจกแบบสอบถามให้ประชาชนผู้ใช้น้ำประปาในเขตเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

4.2 ผู้วิจัยใช้วิธีแบบแบบสอบถามไปกับพนักงานจดมาตรน้ำซึ่งทำหน้าที่จดมาตรน้ำและจัดเก็บเงินค่าน้ำประปา ที่มีโอกาสพบปะกับประชาชนผู้ใช้น้ำประปา และมอบแบบสอบถามให้แก่ผู้ที่มาติดต่อขอรับบริการ ที่ฝ่ายกิจการประปา กองช่างเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี และรับกลับคืนมาทำการตรวจสอบและแยกเฉพาะฉบับที่สมบูรณ์เพื่อดำเนินการต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้

1. นำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล

2. จัดทำรหัส กำหนดประเภทและจัดประเภทคำตอบรูปแบบคะแนนตัวเลขในแบบสอบถาม

3. นำคะแนนที่ได้มาวิเคราะห์โดยวิธีการทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

4. นำผลการวิเคราะห์มาสรุปและนำเสนอข้อมูลในรูปตารางประกอบความเรียง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยใช้ค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

1. ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ใช้ในการจำแนกกลุ่มหรือแยกแยะประเภทการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

2. ค่าเฉลี่ย ใช้ในการจำแนกและแปลความหมายของตัวแปร และใช้ในการเปรียบเทียบความคิดเห็นระหว่างตัวแปรในกลุ่มตัวอย่าง

3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้ในการแสดงลักษณะการกระจายข้อมูล

4. การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบรายคู่ตามวิธี LSD เพื่อเปรียบเทียบว่าคู่ใดมีความแตกต่างกันบ้าง

5. การแปลความหมาย

ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้รับบริการส่วนใหญ่เป็นประเภทที่อยู่อาศัยมีรายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน 5,001-15,000 บาท จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ส่วนใหญ่มีจำนวน 3-4 คน งานที่มาติดต่อขอรับบริการ ส่วนใหญ่เป็นด้านการจดมาตรน้ำและชำระค่าน้ำประปา

คุณภาพของการให้บริการน้ำประปาของเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีคุณภาพการให้บริการสูงสุด คือ ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ด้านความสุภาพ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านความสามารถ ด้านการเข้าถึงลูกค้า ด้านการตอบสนองลูกค้า และด้านการติดต่อสื่อสาร ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

จากการทดสอบสมมติฐาน ผลคือ ได้ค่าสถิติ $F = 4.64$ และ $\text{sig} = 0.01$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับ

สมมติฐาน นั่นคือคะแนนเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการน้ำประปาของเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ขึ้นอยู่กับประเภทของผู้ใช้น้ำ หรือผู้ใช้น้ำแต่ละประเภทมีคะแนนเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการน้ำประปาแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

จากการทดสอบสมมติฐาน ผลคือ ได้ค่าสถิติ $F = 1.75$ และ $\text{sig} = 0.14$ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือคะแนนเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการน้ำประปาของเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ไม่ขึ้นอยู่กับรายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือน หรือผู้ใช้น้ำทุกระดับรายได้มีคะแนนเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

จากการทดสอบสมมติฐาน ผลคือ ได้ค่าสถิติ $F = 3.33$ และ $\text{sig} = 0.02$ ซึ่งน้อยกว่า 0.05 จึงยอมรับสมมติฐาน นั่นคือคะแนนเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการน้ำประปาของเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ขึ้นอยู่กับจำนวนสมาชิกในครัวเรือน หรือผู้ใช้น้ำทุกระดับจำนวนสมาชิกในครัวเรือน มีคะแนนเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการแตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

จากการทดสอบสมมติฐาน ผลคือ ได้ค่าสถิติ $F = 2.70$ และ $\text{sig} = 0.07$ ซึ่งมากกว่า 0.05 จึงไม่ยอมรับสมมติฐาน นั่นคือคะแนนเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการน้ำประปาของเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ไม่ขึ้นอยู่กับงานที่มาติดต่อขอรับบริการ หรือผู้ใช้น้ำทุกลักษณะงานที่มาติดต่อขอรับบริการมีคะแนนเฉลี่ยคุณภาพการให้บริการไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ .05

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาคุณภาพของการให้บริการน้ำประปาของเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี มีประเด็นที่น่าสนใจมาอภิปรายดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าผู้รับบริการส่วนใหญ่ เป็นประเภทที่อยู่อาศัยมีรายได้ของครัวเรือนเฉลี่ย ต่อเดือน 5,001-15,000 บาท จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ส่วนใหญ่มีจำนวน 3-4 คน งานที่มาติดต่อขอรับบริการ ส่วนใหญ่เป็นด้านการจดมาตรน้ำและชำระค่าน้ำประปาสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัญฐิยา แดงประเสริฐ (2553) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้น้ำประปาอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่าผู้รับบริการส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ย ต่อเดือนของครอบครัว 10,001-20,000 บาท สมาชิกในครอบครัวจำนวน 2-4 คน

ด้านการเข้าถึงลูกค้า ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของการให้บริการน้ำประปา ด้านการเข้าถึงลูกค้า อยู่ในระดับมาก และผู้รับบริการเห็นว่า สามารถเข้าใช้บริการหรือรับบริการด้วยความสะดวก ในการให้บริการแก่ผู้รับบริการสูงสุด ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมสุข ฐานะวร (2552) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการจัดเก็บภาษี :กรณีศึกษาเทศบาลตำบลตะกุด อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการ ด้านการเข้าถึงได้ อยู่ในระดับสูง และผู้รับบริการสามารถติดต่อขอรับบริการได้อย่างสะดวก ในระดับสูง ทั้งนี้เนื่องจากผู้รับบริการส่วนใหญ่ ย่อมต้องการความสะดวกรวดเร็ว บางครั้งอาจต้องอาศัยการรับบริการนอกเวลาบ้าง

ด้านการติดต่อสื่อสาร ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของการให้บริการน้ำประปา ด้านการสื่อสาร อยู่ในระดับมาก และผู้รับบริการเห็นว่า สามารถติดต่อกับเจ้าหน้าที่ได้ง่าย สะดวก รวดเร็วสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิวัฒน์ แสนบุญศิริ (2553) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชี พีพีเค จังหวัดปทุมธานี พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการ ด้านการติดต่อสื่อสาร อยู่ในระดับมาก และผู้รับบริการเห็นว่า กิจกรรมให้ความสำคัญกับการให้บริการโดยผู้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการ สามารถอธิบายให้ลูกค้าเข้าใจได้โดยง่าย และกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาทางด้าน

เทคโนโลยี

ด้านความสามารถผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของการให้บริการน้ำประปา ด้านความสามารถอยู่ในระดับมาก และผู้รับบริการเห็นว่า เจ้าหน้าที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับงานและสามารถชี้แจงให้ข้อมูลแก่ท่านได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งนภา หอมสกุล ศึกษาเรื่องการบริหารระบบคุณภาพ และคุณภาพการให้บริการของการประปาภูมิภาคสาขาเพชรบุรี พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการ ด้านความสามารถ อยู่ในระดับมาก และผู้รับบริการเห็นว่า พนักงานมีความชำนาญปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ

ด้านความสุภาพ ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของการให้บริการน้ำประปา ด้านความสุภาพ อยู่ในระดับมาก และผู้รับบริการเห็นว่า เจ้าหน้าที่มีกิริยา วาจา ที่สุภาพ ในการให้บริการแก่ท่าน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมสุข ฐานะวร (2552) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการจัดเก็บภาษี :กรณีศึกษาเทศบาลตำบลตะกุด อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการ ด้านความสุภาพ อยู่ในระดับสูง และผู้รับบริการเห็นว่า เจ้าหน้าที่มีกิริยา วาจา ที่สุภาพ ในการให้บริการแก่ท่าน เนื่องจากผู้รับบริการ ย่อมต้องการได้รับบริการที่เจ้าหน้าที่ พุดจาไพเราะ อ่อนหวานให้บริการด้วยความเต็มใจ

ด้านความน่าเชื่อถือ ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพของการให้บริการน้ำประปาด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก และผู้รับบริการเห็นว่า เจ้าหน้าที่มีความโปร่งใสในการให้บริการ และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชวาล แก้วอุดร (2553) เรื่องคุณภาพการให้บริการของพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า :กรณีศึกษา บริษัท โตโยต้าดีเยี่ยม จำกัด พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการ ด้านความน่าเชื่อถือ อยู่ในระดับมาก และผู้รับบริการเห็นว่า การมีความซื่อสัตย์และปฏิบัติตามสัญญาที่ให้กับลูกค้าอย่างครบถ้วน

เนื่องจากการที่เจ้าหน้าที่มีความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติหน้าที่ยอมทำให้ผู้รับบริการเกิดความเชื่อมั่นในด้านอื่นๆ ได้ด้วย

ด้านการตอบสนองลูกค้า ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพของการให้บริการน้ำประปา ด้านการตอบสนองลูกค้า อยู่ในระดับมาก และผู้รับบริการเห็นว่าเจ้าหน้าที่มีความอดทนมุ่งมั่นในการให้บริการสอดคล้องกับงานวิจัยของ เก็บกิจ สอนศรี (2553) เรื่องคุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี :กรณีศึกษา บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) พบว่า ระดับคุณภาพการให้บริการ ด้านการตอบสนองลูกค้า อยู่ในระดับมาก มีความสามารถในการปรับเปลี่ยนความเร็วของสัญญาณตามรายการส่งเสริมการขายที่เปลี่ยนไปโดยอัตโนมัติ การติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นระยะๆ อย่างสม่ำเสมอ

ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ผลการวิจัยพบว่าคุณภาพของการให้บริการน้ำประปา ด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า อยู่ในระดับมาก และผู้รับบริการเห็นว่า เจ้าหน้าที่ให้ความสนใจ ใส่ใจ ต่อผู้ใช้บริการสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนทร สิงห์จันทร์ (2552) เรื่องคุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า บริษัท อีตันอิมพอร์ต จำกัด เขตสวนหลวง กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก และผู้รับบริการเห็นว่ามีการแนะนำการซ่อมรถยนต์อย่างถูกต้อง พนักงานรับฟังและทำความเข้าใจกับปัญหารถยนต์ของท่านอย่างถี่ถ้วน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1) การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการด้านการเข้าถึงลูกค้า ควรมีการปรับปรุงในเรื่องของการให้ข้อมูลข่าวสารแก่ผู้มารับบริการเพื่อให้ได้รับความสะดวกมากขึ้น

2) การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการ

ด้านการติดต่อสื่อสาร ควรมีการปรับปรุงเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ในด้านต่างๆ ให้มากขึ้น

3) การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการด้านความสามารถ ควรมีการอบรมเจ้าหน้าที่เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปอย่างคล่องแคล่วและมีความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน

4) การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการด้านความสุภาพ ควรปรับปรุงในเรื่องของบุคลิกภาพของเจ้าหน้าที่

5) การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการด้านความน่าเชื่อถือ ควรปรับปรุงในเรื่องของการปฏิบัติกับผู้รับบริการด้วยความเสมอภาคไม่เลือกปฏิบัติ

6) การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองลูกค้า ควรปรับปรุงในเรื่องการแก้ไขปัญหาให้กับผู้รับบริการให้ทันทั่วถึงที่อาจต้องมีการฝึกอบรมให้กับพนักงาน

7) การปรับปรุงคุณภาพการให้บริการด้านการเข้าใจและรู้จักลูกค้า ควรปรับปรุงในเรื่องของการยอมรับและยินดีเมื่อผู้รับบริการได้แสดงความคิดเห็น และนำไปปรับปรุงแก้ไข

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการในภาพรวมของหน่วยงาน ทุกกอง เพื่อให้เกิดผลในการพัฒนาคุณภาพของหน่วยงาน

2) ควรศึกษาความเป็นไปได้ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการมากขึ้น และการเพิ่มช่องทางการให้บริการช่องทางอื่นให้หลากหลาย

3) ควรศึกษาคุณภาพการให้บริการของเทศบาลตำบลแก่งเสี้ยน เปรียบเทียบกับหน่วยงานอื่นเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาหน่วยงานต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- เก็บกิจ สอนศรี. (2553). **คุณภาพการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี จังหวัดอุบลราชธานี : กรณีศึกษาบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน).** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ชัชวาลย์ แก้วอุดร. (2553). **คุณภาพการให้บริการของพนักงานขายที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า: กรณีศึกษา บริษัท โตโยต้าดีเยี่ยม จำกัด.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ณัฐฐิยาแดงประเสริฐ. (2553). **ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการน้ำประปาอำเภอกะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี.** ภาคนิพนธ์การศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจบัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
- สมสุข ฐานะวร. (2552). **คุณภาพการให้บริการจัดเก็บภาษี: กรณีศึกษาเทศบาลตำบลตะกุด อำเภอเมือง จังหวัดสระบุรี.** ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจบัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- สุนทร สิงห์จันทร์. (2552). **คุณภาพการให้บริการของศูนย์บริการรถยนต์นำเข้า บริษัท อีตันอิมพอร์ต จำกัด.** วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- อภิวัฒน์ แสณบุญศิริ. (2553). **คุณภาพการบริการของสำนักงานสอบบัญชีฟิฟิเค จังหวัดปทุมธานี.** การศึกษาค้นคว้าอิสระ (บข.ม. การบัญชี), มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

การศึกษาผลการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

A Study on the employee's performance of airports of Thailand public company limited in Suvarnabhumi airport.

ชัชพล ธีระวุฒิ¹

บทคัดย่อ

การศึกษาผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด(มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้ 1. การศึกษาผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ 3. เพื่อศึกษาแนวทางปรับปรุง แก้ไข การปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (mixed-methods research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารจำนวน 5 คน และเก็บข้อมูลแบบสอบถามจำนวน 355 ชุด

ผลการศึกษาพบว่า 1) ผลการปฏิบัติงาน ด้านนโยบายองค์การ ด้านวัฒนธรรมองค์การด้านเทคโนโลยี ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนาความรู้ด้านบรรยากาศในการทำงานด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับผู้บังคับบัญชา และด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงาน อยู่ในระดับดี สำหรับปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ด้านสวัสดิการด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน อยู่ในระดับปานกลาง 2) ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนมีผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05 ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ ปัจจัยด้านนโยบายองค์การ ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี ปัจจัยด้านการฝึกอบรม และพัฒนาความรู้ ปัจจัยด้านสวัสดิการ ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ปัจจัยด้านบรรยากาศในการทำงาน ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับผู้บังคับบัญชา และปัจจัยด้านผู้ปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงาน มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานและมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : ท่าอากาศยานไทย ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ แรงจูงใจ ผลการปฏิบัติงาน ประสิทธิภาพพนักงาน

¹การจัดการภาครัฐและภาคเอกชนมหาบัณฑิต สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Abstract

A Study on the employee's performance of Airports of Thailand Public Company Limited in Suvarnabhumi airport based on the objectives as follows: 1. To study on the employee's productivity of Airports of Thailand Public Company Limited in Suvarnabhumi airport. 2. To study the factors affecting to the employee's performance of Airports of Thailand Public Company Limited in Suvarnabhumi airport. 3. To study and discover the improvement operation's guideline for the employee of Airports of Thailand Public Company Limited in Suvarnabhumi airport by applying the mixed-methods research on in-depth interview with the five executives and on the 335 questionnaires.

The research found that 1) The employee's performance of Airports of Thailand Public Company Limited in Suvarnabhumi airport is in the satisfaction level. The factors which effect to the performance are; organization's policy, organization culture, Information and technology, Knowledge training, and Working environment. The relationship between employees and their supervisor and their colleague is in the good level. The factors on the leadership, welfare, and career path give the result in the moderate level. 2) Hypothesis testing results that the salary factor affect to the employee's performance of Airports of Thailand Public Company Limited in Suvarnabhumi airport with statistically significant at the .05 level. The organization's policy, information and technology, knowledge training, welfare, career path, and working environment factors with the relationship between employees and supervisor and colleague factors are results in the same appearance with the statistically significant at the .05 level.

Keywords: Airport, suvarnabhumi airport , motivator factors , job performance , work effectiveness, performance, employee's performance

บทนำ

บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (Airport of Thailand) เป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงคมนาคม โดยกระทรวงคมนาคมกำหนดให้บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) มีภารกิจบริหารท่าอากาศยานนานาชาติของประเทศไทยจำนวน 6 แห่ง ประกอบด้วยท่าอากาศยานดังต่อไปนี้

1. ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
2. ท่าอากาศยานดอนเมือง

3. ท่าอากาศยานภูเก็ต
4. ท่าอากาศยานเชียงใหม่
5. ท่าอากาศยานแม่ฟ้าหลวง เชียงราย
6. ท่าอากาศยานหาดใหญ่

โดยมีวิสัยทัศน์ดังนี้ “ทอท. เป็นผู้ดำเนินการและจัดการท่าอากาศยานที่ดีระดับโลก”

และมีพันธกิจดังนี้ “ให้บริการด้วยใจรักที่เหนือมาตรฐาน และสำนึกรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อมและชุมชน” ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เป็น

ท่าอากาศยานหลักแห่งใหม่ของประเทศแทนที่ท่าอากาศยานดอนเมือง เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้โดยสารเกินกว่าที่ท่าอากาศยานดอนเมืองสามารถรองรับได้ ซึ่งท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ถูกวางตำแหน่งให้เป็นศูนย์กลางการบินของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ประกอบกับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนภายในปี พ.ศ. 2558 การขนส่งทางอากาศจึงเป็นสิ่งสำคัญในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเพื่อสนับสนุนการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การค้าระหว่างประเทศ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิจึงเปรียบเสมือนประตูด่านแรกของผู้ที่เดินทางเข้าออกประเทศไทยด้านอากาศยาน

จากสภาพปัจจุบันท่าอากาศยานสุวรรณภูมิได้เกิดปัญหาต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อผู้ใช้บริการ เช่น

1. มีจำนวนผู้โดยสารเพิ่มขึ้นทุกปีจนเกินขีดความสามารถของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิที่จะรองรับผู้โดยสาร
2. ปัญหาการบริหารการขนส่งมวลขนภายในท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยเฉพาะปัญหาารถแท็กซี่
3. ปัญหาการร้องเรียนการปฏิบัติงานของพนักงานไม่เหมาะสมและไม่มีประสิทธิภาพ

อีกทั้งในขณะนี้ กรมการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) ได้เข้ามาประเมินการปฏิบัติงานด้านการขนส่งทางอากาศของประเทศไทยจนทำให้มาตรฐานด้านสายการบินของประเทศไทยไม่ผ่านการประเมินมาตรฐานหรือได้รับใบแดง ซึ่งถือว่าเป็นปัญหาใหญ่ในขณะนี้และในลำดับต่อไปอาจจะเป็นการประเมินมาตรฐานท่าอากาศยานของประเทศไทย หัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนองค์กรทุกองค์การคือ พนักงาน ถ้าองค์กรมีพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถ ความทุ่มเท ความซื่อสัตย์ สุจริต ในการปฏิบัติงาน งานจะสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เพื่อที่จะนำ

ไปปรับปรุงให้การปฏิบัติงานของพนักงานเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด สร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาใช้บริการท่าอากาศยานสุวรรณภูมิตลอดจนเตรียมการรองรับการประเมินมาตรฐานท่าอากาศยาน สร้างความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างสมบูรณ์แบบ (บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน), 2557)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
3. เพื่อศึกษาแนวทางปรับปรุง แก้ไข การปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษครั้งนี้มุ่งศึกษาผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ โดยมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องดังนี้ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน ได้แก่ ทฤษฎีความไม่สอดคล้องของประชาชน (Cognitive Dissonance Theory) ทฤษฎีแลกเปลี่ยน (Exchange Theory) ทฤษฎี 2 ปัจจัย (Hygienic factor and Motivator Factors) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพ ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของกระทรวงแรงงานและสวัสดิการ

สังคม และแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพของสำนักงาน คณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) เป็นต้น แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์การได้แก่ แนวคิด การจำแนกองค์กร (กัญญามาน อินทว้าง และคณะ, 2550) ทฤษฎีองค์การ (Organization Theory) และ พฤติกรรมองค์การ (Organization Behavior) และ แนวความคิดทางทฤษฎีการบริหาร เป็นต้น และ แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงาน ได้แก่ ทฤษฎีลำดับความต้องการของ Maslow เป็นต้น

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงาน บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิจำนวน 2,076 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 20 กุมภาพันธ์ 2558) โดยทำการสุ่ม กลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Taro Yamane จำนวน 335 คน และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารบริษัท ท่าอากาศยาน ไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 5 คน

ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่ เดือนกุมภาพันธ์ ถึง พฤษภาคม พ.ศ.2558

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้บริหารองค์การได้ทราบถึงผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ
2. ผู้บริหารองค์การได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยาน ไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยาน สุวรรณภูมิ
3. ผู้บริหารองค์การสามารถนำผลการวิจัย ไปเป็นแนวทางในการบริหารเพื่อให้พนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเกิดความพึงพอใจในงานอย่าง

สูงสุดซึ่งจะส่งผลต่อประสิทธิภาพและผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน: นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2529) กล่าวว่า การปฏิบัติงานจำเป็นต้องมีทั้งศาสตร์และศิลป์ ศาสตร์คือการ ศึกษาหาความรู้ความสามารถประสบการณ์ทักษะ เทคนิควิธีทำงานต่างๆ ศิลป์คือการที่จะนำเอาความรู้หลักการและทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับ คนสถานการณ์ และสิ่งแวดล้อม ตลอดจนขอบเขต จำกัดของทรัพยากรให้เป็นไปตามบทบาทหน้าที่รับผิดชอบของตำแหน่งงานต่างๆ ที่กำหนดขึ้นในหน่วยงาน กิติพันธ์ รุจิรกุล (2529) กล่าวว่า การปฏิบัติงานใน องค์การหรือหน่วยงานต่างๆ นอกจากจะมีการแบ่ง ระดับการปฏิบัติงานแล้วยังต้องมีการแบ่งส่วน ส่วนงานที่จะต้องปฏิบัติออกเป็นหน่วยงานย่อยๆ ซึ่งมี หัวหน้าหน่วยหรือผู้นำหน่วยเป็นผู้รับผิดชอบงาน ตามลักษณะหน้าที่ของตนที่แตกต่างกันในการปฏิบัติงาน ที่ต่างชนิดต่างหน้าที่ก็เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของ องค์การหรือหน่วยงานนั้นซึ่งจะทำให้ผู้นำมีความสนใจ มีทักษะ มีความรู้ มีทัศนะ และมีบทบาทหน้าที่ของ แต่ละคนแตกต่างกันไป

อาดามส์ (Adams) (1963) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีการเสมอโดยมีรากเหง้ามาจากทฤษฎีความไม่ สอดคล้องของประชาชน (Cognitive Dissonance Theory) และทฤษฎีแลกเปลี่ยน (Exchange Theory) ทฤษฎีเสมอภาคนี้กล่าวว่าคือการทุ่มเทในการปฏิบัติงานและความพึงพอใจเป็นเรื่องของความเสมอภาค หรือความไม่เสมอภาคซึ่งบุคคลรับรู้ในสถานการณ์ ของการทำงานหนึ่งๆ ความเสมอภาคจะมีอยู่ก็ต่อเมื่อ บุคคลรับรู้สัดส่วนของผลตอบแทนที่ตนได้จากองค์การ กับสิ่งที่เขาทุ่มเทให้กับองค์กรเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับ สัดส่วนของผลตอบแทนมีผู้อื่นได้จากองค์กรกับสิ่งที่

ผู้อื่นทุ่มเทให้องค์กรนั้นเท่ากันดังนี้

ผลตอบแทนที่ตนได้จากองค์กร = ผลตอบแทน
ที่ผู้อื่นได้จากองค์กรสิ่งที่ตนได้ทุ่มเทให้กับองค์กร =
สิ่งที่ผู้อื่นได้ทุ่มเทให้กับองค์กรถ้าในทางตรงกันข้าม
ผลตอบแทนที่ตนได้จากองค์กร > ผลตอบแทนที่ผู้อื่น
ได้จากองค์กรผลตอบแทนที่ตนได้จากองค์กร < ผล
ตอบแทนที่ผู้อื่นได้จากองค์กร

จากผลตอบแทนที่บุคคลรับรู้เสมอภาคนั้น
จะเป็นสิ่งที่บุคคลทุ่มเทให้กับองค์กรอันทำให้บุคคล
เกิดความพึงพอใจเมื่อบุคคลเกิดความพึงพอใจบุคคล
จะทำงานหนักกว่าเดิมไปสู่ความมีประสิทธิภาพการ
ปฏิบัติงานที่ดีกว่าเดิม ฉะนั้นผลตอบแทนเป็นสิ่งจูงใจ
และความต้องการในการปฏิบัติงานที่ส่งผลให้เกิดการ
ปฏิบัติงานของพนักงานที่มีประสิทธิภาพ เพราะเป็น
ปัจจัยที่ผู้ปฏิบัติงานคิดว่าเหมาะสมกับการได้ทุ่มเท
อย่างแท้จริงให้กับองค์กรซึ่งเป็นส่วนสำคัญของความ
ต้องการในแต่ละบุคคล

เฮอริซเบิร์ก (Herzberg) ได้กล่าวถึง ทฤษฎี
การบริหารและการจัดการนี้เรียกว่าทฤษฎี 2 องค์
ประกอบ หรืออาจเรียกว่า ทฤษฎี 2 ปัจจัย Herzberg
ได้ตั้งข้อสมมติฐานว่ามีองค์ประกอบ 2 ประเภท ที่มี
ผลต่อแรงจูงใจในการทำงานด้านประสิทธิภาพการ
ปฏิบัติงาน ดังนี้

1) องค์ประกอบภายนอก (Extrinsic factor)
ได้แก่ค่าจ้างหรือเงินเดือน เงื่อนไขของการทำงาน
ความมั่นคงของงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
ผู้บังคับบัญชา หรือเพื่อนร่วมงาน หรือผู้ใต้บังคับบัญชา
กลุ่มปัจจัยดังกล่าวข้างต้น เป็นกลุ่มปัจจัยที่เกี่ยวข้อง
กับความไม่พอใจในงานเรียกว่า ปัจจัยอนามัย (Hy-
gienic factor) หมายถึง การป้องกันความไม่พอใจ
ส่งผลให้องค์กรดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) องค์ประกอบภายใน ได้แก่ ความสำเร็จ
ความเป็นที่ยอมรับ และความรักความก้าวหน้าใน
หน้าที่การงาน ความก้าวหน้าส่วนตัว และความรับ
ผิดชอบ องค์ประกอบเหล่านี้เป็นกลุ่มปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

กับความพอใจในงานของตนเรียกว่าตัวจูงใจ (Motiva-
tor Factors) ปัจจัยเหล่านี้เนื้อหาสาระของงานเป็น
หลัก และส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพ:
ทิพาวิดี เมฆสุวรรณ (2538) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพ
ไว้ว่ามีความหมายรวมถึงผลิตภาพและประสิทธิภาพ
โดยประสิทธิภาพเป็นสิ่งที่วัดได้หลายมิติตามแต่
วัตถุประสงค์ที่ต้องการพิจารณา คือ

1) ประสิทธิภาพในมิติของกระบวนการบริหาร
(Process) ได้แก่การทำงานที่ได้มาตรฐานรวดเร็ว
ถูกต้องและใช้เทคนิคที่สะดวกและง่ายขึ้นกว่าเดิม
2) ประสิทธิภาพในมิติของผลผลิตและผลลัพธ์ได้แก่
การทำงานที่มีคุณภาพเกิดประโยชน์ต่อสังคมเกิดผล
กำไรทันเวลาผู้ปฏิบัติงานมีจิตสำนึกที่ดีต่อการทำงาน
และให้บริการเป็นที่พอใจของลูกค้าหรือผู้มารับบริการ

กระทรวงแรงงานและสวัสดิการสังคม (2540)
ระบุว่าประสิทธิภาพในการผลิตหรือผลิตภาพแรงงาน
หมายถึงการเปรียบเทียบระหว่างจำนวนสินค้าหรือ
บริการที่ผลิตได้ (Output) กับจำนวนของทรัพยากร
หรือปัจจัยที่ใช้ในการผลิตสินค้าหรือบริการนั้นนอก
(Input) ความสัมพันธ์ดังกล่าวนี้จะสะท้อนให้เห็นถึง
การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของประสิทธิภาพในการผลิต
ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มหรือลดลงของประสิทธิภาพ
การผลิต

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน
(ก.พ.) กล่าวถึงประสิทธิภาพการทำงานโดยทั่วไปว่า
หมายถึงการทำงานที่ประหยัดได้ผลงานที่รวดเร็ว มี
คุณภาพ คำนึงค่ากับการใช้ทรัพยากรในด้านการเงิน
คน อุปกรณ์ และเวลา ดังนั้นประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งที่
ซึ่งสามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้ และสามารถวัดได้โดย
ในทางปฏิบัติจะวัดประสิทธิภาพจากปัจจัยนำเข้า
กระบวนการ หรือผลผลิตที่ออกมา โดยวัดอย่างใด
อย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างประกอบกัน

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับองค์การ: การ
จำแนกองค์กรแบ่งออกเป็นหลายลักษณะได้ดังนี้

(กัญญาณน อินหว่างและคณะ, 2550)

1) องค์กรคือกลุ่มบุคคล (Organization as a group of people) แนวคิดนี้มององค์กรว่าเป็นกลุ่มของบุคคลที่มีเป้าหมายร่วมกัน โดยมีรากฐาน ความเชื่อว่า ลำพังคนเดียวไม่สามารถที่จะทำสิ่งต่างๆ ให้ตอบสนองความต้องการของตนได้ ทั้งนี้เพราะการดำเนินการคนเดียวขาดพลัง (strength) ความสามารถ (ability) เวลา (time) และศักยภาพ (potentials) ที่จะลงมือปฏิบัติให้กิจกรรมนั้นสำเร็จลุล่วงไป ดังนั้นบุคคลจึงมุ่งแสวงหาความร่วมมือร่วมใจเพื่อให้เป้าหมายที่วางไว้สัมฤทธิ์ผลด้วย

2) องค์กรคือโครงสร้างของความสัมพันธ์ (Organization as a Structure of Relationship) แนวคิดนี้มององค์กรโดยพิจารณาในรูปกรอบ (framework) ของความรับผิดชอบ ระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่มีความสัมพันธ์กัน มีการกำหนดขอบเขตหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละหน่วยงานย่อยภายในองค์กรในรูปของโครงสร้าง

3) องค์กรเป็นหน้าที่ส่วนหนึ่งของการจัดการ (Organization as a function of Management) แนวคิดนี้มององค์กรเป็นหน้าที่สำคัญอย่างหนึ่งของการจัดการที่ผู้บริหารจะต้องจัดทำเพื่อนำปัจจัยต่างๆ ขององค์กรมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุด

4) องค์กรคือระบบ (Organization as a system) แนวคิดนี้มององค์กรเป็นระบบประกอบด้วยระบบย่อยๆ โดยการพิจารณาลำดับการทำงานในองค์กรในลักษณะเป็นกระบวนการต่อเนื่องที่ประกอบด้วยปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการเปลี่ยนแปลง (transformation Process) และผลผลิต (Output) รวมถึงข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) และสิ่งแวดล้อม (Environment)

ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ (2545) : กล่าวว่า องค์ความรู้เกี่ยวกับองค์การสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 สาขา คือ ทฤษฎีองค์การ (Organization Theory)

และพฤติกรรมองค์การ (Organization Behavior)

ทฤษฎีองค์การ ในปัจจุบันสามารถจำแนกลักษณะที่สำคัญได้ดังนี้

1. ทฤษฎีองค์การเป็นการศึกษาพฤติกรรมขององค์การในลักษณะภาพรวม ซึ่งครอบคลุมถึงการออกแบบโครงสร้างองค์การ หรือระบบภายในองค์การ เช่น เทคโนโลยี

2. เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ขององค์การกับสิ่งแวดล้อมภายนอก

3. เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ขององค์การหนึ่งกับองค์การอื่น ดังนั้นทฤษฎีองค์การเป็นการศึกษาพฤติกรรมของคนในองค์การ ความสัมพันธ์ระหว่างองค์การกับสิ่งแวดล้อม และความสัมพันธ์ระหว่างองค์การด้วยกัน

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงาน: พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า พึงพอใจ หมายถึง รัก ชอบใจ และพึงใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

ทฤษฎีลำดับความต้องการของ Maslow (1965) เป็นทฤษฎีการจูงใจแบบเนื้อหา หรือความต้องการในสมัยใหม่ของการเริ่มต้นการศึกษาและเป็นทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมีการกล่าวถึงกันมากถึงคนในปัจจุบันโดยมีหลักการว่าโดยทั่วไปของบุคคลจะมีความต้องการที่ไม่จำกัดเมื่อความต้องการหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วก็จะลดแรงกระตุ้นต่อพฤติกรรมลงและจะมีความต้องการในระดับที่สูงขึ้นไปเรื่อยๆ Maslow ได้สรุปลักษณะของการจูงใจของมนุษย์ไว้เป็นอย่างดีระเบียบประกอบด้วย 5 ขั้นดังนี้

ขั้นที่ 1 ความต้องการทางกายภาพเป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้มีการดำรงชีวิตที่อยู่รอด เช่น อาหาร น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และการสืบพันธุ์ เป็นต้น

ขั้นที่ 2 ความต้องการทางด้านความปลอดภัย หลังจากที่ต้องการทางกายภาพแล้วมนุษย์เราก็จะเริ่มนึกถึงความปลอดภัยในการดำรงชีวิตของตนและ

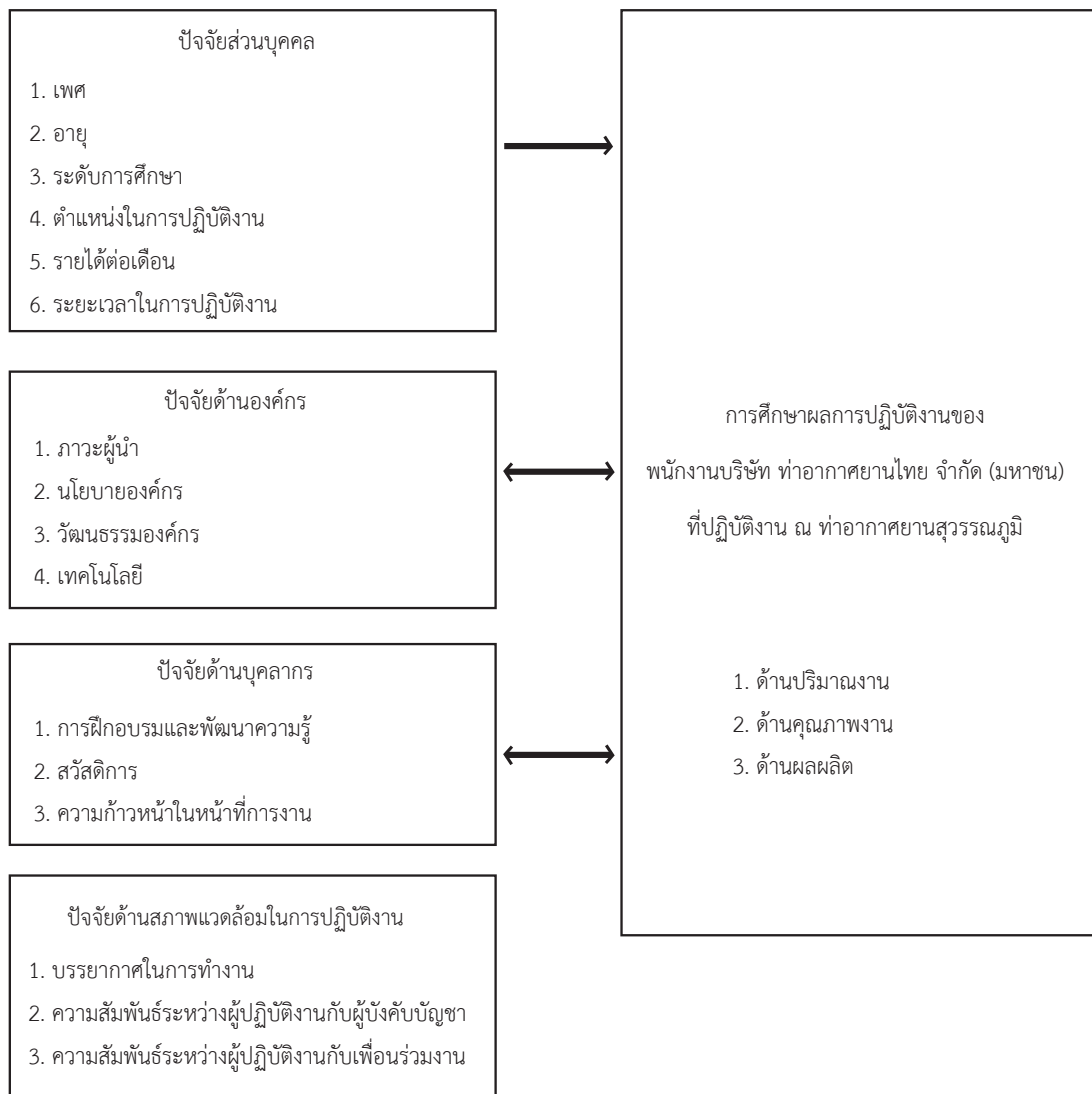
ครอบครัว ซึ่งจะแสดงออกโดยการแสวงหาหลักประกันในการดำเนินชีวิตทั้งในปัจจุบันและอนาคต ตลอดจนความปลอดภัยในที่ทำงานด้วย

ขั้นที่ 3 ความต้องการด้านสังคมเป็นความต้องการที่จะมีส่วนร่วมที่เป็นส่วนหนึ่งของสังคม โดยต้องการความสัมพันธ์มิตรภาพและความเห็นใจจากผู้อื่น ตลอดจนการยอมรับจากสมาชิกของกลุ่ม

ขั้นที่ 4 ความต้องการในการยอมรับนับถือเป็นความต้องการของบุคคลที่อยากให้บุคคลอื่นยอมรับ

ในความรู้ความสามารถและความสำคัญของตนเอง รวมทั้งเป็นที่ยอมรับสรรเสริญและการยอมรับนับถือจากทางสังคม

ขั้นที่ 5 ความต้องการความสำเร็จสูงสุด เป็นความต้องการขั้นสูงสุดในลำดับขั้นของความต้องการ Maslow โดยบุคคลที่ต้องการที่จะประสบความสำเร็จตามที่ได้มีการคาดหวังไว้ โดยการบรรลุความเข้าใจในตนเองและธรรมชาติที่อยู่รอบตัว จากแนวคิดทฤษฎีทั้ง 4 ข้างต้น กำหนดกรอบแนวคิดดังภาพ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิด

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งในการปฏิบัติงาน รายได้ต่อเดือน และระยะเวลาในการปฏิบัติงานมีผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

2. ปัจจัยด้านองค์การ ได้แก่ ภาวะผู้นำ นโยบายองค์การ วัฒนธรรมองค์การ และเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

3. ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ การฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ สวัสดิการ และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

4. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ได้แก่ บรรยากาศในการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับผู้บังคับบัญชา และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงาน มีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่พนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ จำนวน 2,076 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้มีขนาดเท่ากับ 335 คน โดยคำนวณจากสูตรของ Taro Yamane (บุญชม ศรีสะอาด, 2543, หน้า 38) และสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหาร บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) จำนวน 5 ท่าน โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ สถิติพรรณนา

และสถิติอนุมาน กรณีสถิติอนุมานในการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยจะใช้สถิติ t-test และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ในการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ ที่จำแนกเป็น 2 กลุ่มขึ้นไปและใช้การทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านต่างๆ กับผลการปฏิบัติงาน สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) วิเคราะห์หว่าทกรรม (content analysis) และตีความสรุปข้อมูลด้วยการสรุปแบบอุปนัย (analytic induction) นำเสนอข้อมูลแบบบรรยาย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ปัจจัยด้านภาวะผู้นำ พบว่า ผู้บริหารของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) มีความคิดเห็นว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหารมีแนวโน้มที่จะส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน เช่น การสร้างความยอมรับ ความเป็นธรรม การสอนงานให้แก่พนักงาน และแบ่งงานให้พนักงานปฏิบัติร่วมกัน โดยเน้นทุกคนในฝ่ายคือทีมงานเดียวกัน ต้องก้าวไปพร้อมกัน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะแสดงให้เห็นภาวะผู้นำของผู้บริหาร ถ้าผู้นำมีภาวะผู้นำที่ดีพนักงานมีความเชื่อถือการบริหารงานจะง่ายขึ้น อีกทั้งถ้าผู้นำที่ดีมีความรู้ความสามารถอย่างแท้จริงในการปฏิบัติงานจะเป็นแบบอย่างที่ดีในการปฏิบัติงานที่ให้แก่พนักงาน

ปัจจัยด้านนโยบายองค์การ พบว่า ผู้บริหารของบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) มีความคิดเห็นว่านโยบายองค์การไม่ได้ส่งผลโดยตรงต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงาน เนื่องจากการประกอบกิจการท่าอากาศยานต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบกรมการบินพลเรือน กฎหมายรัฐ และกฎระเบียบกรมการ

บินพลเรือนระหว่างประเทศ (ICAO) เป็นหลัก ดังนั้น จึงมีการกำหนดนโยบายโดยการให้พนักงานปฏิบัติ ตามกฎระเบียบเพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้บริการทำ อากาศยานเป็นหลัก

ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์กร พบว่า ผู้บริหาร ของ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) มีความคิดเห็นว่า วัฒนธรรมองค์กรมีแนวโน้มที่จะส่ง ผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานจากเดิมองค์กรมี วัฒนธรรมองค์กรแบบพี่น้อง มีความใกล้ชิดระหว่าง พนักงาน มีการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ส่งผล ให้พนักงานมีผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับดี แต่เนื่อง ด้วยปัจจุบัน ผู้บริหารเน้นแสวงหาผลกำไรมากยิ่งขึ้น จนละเลยเรื่องคุณธรรม ธรรมภิบาล ส่งผลให้พนักงาน มองการปฏิบัติงานเพื่อให้หน้าที่ของตนเองผ่านไปเพื่อ ความอยู่รอด เพื่อผลกำไรที่จะมาเพิ่มอัตราเงินเดือน โบนัส สวัสดิการ มากกว่าการมองที่ส่วนรวม องค์กร สังคม เหมือนสมัยก่อนจึงทำให้เกิดช่องว่างระหว่าง พนักงาน อาจส่งผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงานได้

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี พบว่า ผู้บริหารของ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) มีความคิด เห็นว่า เทคโนโลยีมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อปฏิบัติ งานของพนักงาน โดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการ ปฏิบัติงานส่งผลให้การปฏิบัติงานสะดวกและรวดเร็ว ขึ้น

ปัจจัยด้านการฝึกอบรม พบว่า ผู้บริหารของ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) มีความคิด เห็นว่า การฝึกอบรมมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อปฏิบัติ งานของพนักงาน โดยประเมินได้จากผลการปฏิบัติงาน ของพนักงานหลังจากได้รับการอบรม พบว่า พนักงาน ที่ผ่านการอบรมในหลักสูตรต่างๆ จะมีผลการปฏิบัติ งานที่ดีขึ้น และมีความตั้งใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น

ปัจจัยด้านสวัสดิการพนักงาน พบว่า ผู้บริหาร ของ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) มีความ คิดเห็นว่า สวัสดิการพนักงานมีแนวโน้มที่จะส่งผลต่อ การปฏิบัติงานของพนักงาน เนื่องจากผลตอบแทน

และสวัสดิการของ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) สามารถสร้างความมั่นคงในชีวิตได้เป็นอย่างดี ซึ่งเหตุผลนี้อาจทำให้พนักงานมีความทุ่มเทในการ ทำงาน มีความจงรักภักดี และมีความผูกพันกับองค์กร ส่งผลให้มีผลการปฏิบัติงานที่ดี

ปัจจัยด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน พบว่า ผู้บริหารของ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) มีความคิดเห็นว่า ความก้าวหน้าในหน้าที่ การงานมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อปฏิบัติงานของ พนักงาน โดยให้ความคิดเห็นเพิ่มเติมว่าความก้าวหน้า ในหน้าที่การงานมีผลต่อการปฏิบัติงานมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับพนักงานแต่ละคน พนักงานที่อยากมีความ ก้าวหน้าก็มีความตั้งใจ ใส่ใจในการปฏิบัติงาน ส่วน คนไหนที่ไม่ได้มองเรื่องความก้าวหน้าผลการปฏิบัติ ของเขาก็จะอยู่ในระดับปานกลางไม่แสดงออกถึง ความพยายามเท่าที่ควร

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารกับ พนักงาน พบว่า ผู้บริหารของ บริษัท ท่าอากาศยาน ไทย จำกัด (มหาชน) มีความคิดเห็นว่า ความสัมพันธ์ ระหว่างผู้บริหารกับพนักงานมีแนวโน้มที่จะส่งผลต่อ การปฏิบัติงานของพนักงานเนื่องจากถ้าความสัมพันธ์ ระหว่างผู้บริหารกับพนักงานอยู่ในระดับดี ก็จะทำให้ เกิดความรู้สึกใกล้ชิดสนิทสนมมีความสุขในการร่วม งาน และผู้บริหารจะสามารถทราบปัญหาที่แท้จริงของ งานได้ พนักงานมีความรู้สึกใกล้ชิดสามารถจะสื่อสาร รายงานความจริงแก่หัวหน้างานได้ พนักงานปฏิบัติ งานด้วยความอบอุ่นใจมีความสุขที่ร่วมงาน ส่งผลให้ ผลการปฏิบัติงานมีแนวโน้มไปในทิศทางที่ดี

ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างพนักงาน กับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ผู้บริหารของ บริษัท ท่า อากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) มีความคิดเห็นว่า ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานกับเพื่อน ร่วมงานมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อปฏิบัติงานของ พนักงาน เนื่องจากถ้าทีมงานมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันย่อมส่งผลการบรรยากาศในการทำงานที่ดีและ

ผลการปฏิบัติงานจะออกมาดีอีกทั้งยังเคยได้รับคำร้องเรื่องจากพนักงานในส่วนเรื่องความขัดแย้งในการปฏิบัติงานซึ่งส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานดังนั้นถ้าพนักงานทุกคนให้ความร่วมมือที่ดีมีความสัมพันธ์ที่ดีต่อการจะช่วยลดปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานผลการปฏิบัติงานย่อมออกมาดีอย่างกว่าเกิดความขัดแย้งภายในองค์กรอย่างแน่นอน

ด้านแนวทางการดำเนินงานในการเตรียมความพร้อมก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนพบว่า ผู้บริหารของ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) มีความคิดเห็นว่าได้มีแนวทางการดำเนินงานเพื่อพัฒนาขีดความสามารถของท่าอากาศยานให้ก้าวไกลสู่สากลอยู่เสมอและได้มีการร่วมมือกับท่าอากาศยานระดับโลกเพื่อนำความรู้ต่างๆ มาพัฒนาท่าอากาศยานในประเทศไทยและถ่ายทอดให้ประเทศในกลุ่ม CLMV เพื่อพัฒนาขีดความสามารถไปพร้อมกันแต่สิ่งที่ต้องเพิ่มเติมเพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลคือการจัดสรรงบประมาณในการขยายท่าอากาศยานและสรรหาบุคลากรเพิ่มเติมที่มีความรู้ด้านภาษาที่สามเพื่อความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยวจากหลากหลายสัญชาติ

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ จากการวิจัยพบว่า ผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยมีนโยบายองค์การ วัฒนธรรมองค์การ เทคโนโลยี การฝึกอบรม และการพัฒนาความรู้ บรรยาภาศในการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับผู้บังคับบัญชา ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงานอยู่ในระดับดีสำหรับภาวะผู้นำ สวัสดิการ และความก้าวหน้าในหน้าที่การงานอยู่ในระดับปานกลาง ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือน มีผลต่อ

ผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยด้านองค์การ ได้แก่ ภาวะผู้นำ นโยบายองค์การ วัฒนธรรมองค์การ และเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ การฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ สวัสดิการ และความก้าวหน้าในหน้าที่การงานมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน ได้แก่ บรรยาภาศในการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับผู้บังคับบัญชา และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงานมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยพบว่า ผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิโดยรวมอยู่ในระดับดี โดยด้านบรรยาภาศในการทำงานด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับผู้บังคับบัญชา และด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงาน อยู่ในระดับดี สำหรับด้านภาวะผู้นำและด้านสวัสดิการอยู่ในระดับปานกลาง ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับผลการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยาน

สุวรรณภูมิ พบว่า ปัจจัยด้านรายได้ต่อเดือนมีผลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พณานันท์ โกสินานนท์ (2548) ได้ศึกษาเรื่อง ประสิทธิภาพการทำงาน of พนักงานบริษัท มีเดีย อพเกรด จำกัด ผลการศึกษาพบว่าพนักงานที่มีอัตราเงินเดือนต่างกันมีประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกัน ปัจจัยด้านองค์การ ได้แก่ ภาวะผู้นำ นโยบายองค์การ วัฒนธรรมองค์การ และเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิระวุฒิ ศรีสร้อย (2551) ได้ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำของผู้บริหารกับบรรยากาศองค์การที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสกลนคร เขต 2 ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำของผู้บริหารโรงเรียนมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของโรงเรียนในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ปัจจัยด้านบุคลากร ได้แก่ การฝึกอบรมและพัฒนาความรู้ สวัสดิการ และความก้าวหน้าในหน้าที่การงานมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ในด้านการฝึกอบรม พบว่า ผู้บริหารของ บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) มีความคิดเห็นว่า การฝึกอบรมมีแนวโน้มที่จะส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยประเมินได้จากผลการปฏิบัติงานของพนักงานหลังจากได้รับการอบรม พบว่า พนักงานที่ผ่านการอบรมในหลักสูตรต่างๆ จะมีผลการปฏิบัติงานที่ดีขึ้นและมีความตั้งใจในการปฏิบัติงานมากขึ้น ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงาน

ได้แก่ บรรยากาศในการทำงานความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับผู้บังคับบัญชา และความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานกับเพื่อนร่วมงานมีความสัมพันธ์กับผลการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิระวุฒิ ศรีสร้อย (2551) ได้ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำของผู้บริหารกับบรรยากาศองค์การที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสกลนคร เขต 2 ผลการวิจัยพบว่าบรรยากาศองค์การของโรงเรียนมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของโรงเรียนในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษาและวิจัยเรื่อง “การศึกษาผลการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ที่ปฏิบัติงาน ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ” ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ โดยได้ใช้ฐานองค์ความรู้ทั้งในทางทฤษฎีและปฏิบัติแล้ว จึงได้นำเสนอเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายไว้ 3 ประการดังต่อไปนี้

ผู้บริหารจำเป็นต้องมีการกำหนดวิสัยทัศน์การบริหารเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตามภารกิจที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จำเป็นต้องมีการกำหนดวิสัยทัศน์ด้านการบริหารตลอดจนการบริหารเชิงรุกมีการบูรณาการเชื่อมโยงกับการวางแผน เช่น การจัดประชุมหารือเพื่อให้เกิดความชัดเจนแล้วกำหนดเป็นระเบียบวิธีปฏิบัติ ผู้บริหารจำเป็นต้องมีธรรมาภิบาลการสรรหาและคัดเลือกพนักงาน จะต้องพิจารณาจากคุณวุฒิ ประสบการณ์ ผลงาน และคุณสมบัติที่กำหนดไว้ด้วยความเป็นธรรม และสามารถตรวจสอบได้ เมื่อองค์การมีการปฏิบัติที่ดีต่อพนักงานตามหลักธรรมาภิบาล พนักงานจะมีความสุขในการทำงาน ผลที่

ตามมา พนักงานมีขวัญกำลังใจในการทำงานอย่างเต็มที่ และพร้อมมีส่วนร่วมในความก้าวหน้าของหน่วยงาน ผู้บริหารจำเป็นต้องมีการประเมินผลที่ถูกต้องและเป็นธรรม การประเมินผลการปฏิบัติงาน ควรมีการประเมินตามผลการปฏิบัติงานอย่างถูกต้องและเป็นธรรม สร้างการยอมรับให้เกิดขึ้นแก่พนักงานในองค์กร ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการพัฒนา แก่ไข ปรับปรุงการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร นอกจากนี้ยังต้องสร้างค่านิยมหรือวัฒนธรรมองค์กรให้พนักงานในระดับต่างๆ นำผลการประเมินมาพิจารณาตนเองและให้มีการปรับปรุงตนเองอย่างต่อเนื่อง โดยต้องมีการเปิดโอกาสในด้านต่างๆ เพื่อให้พนักงานทุกระดับสามารถปรับปรุงตนเองอย่างต่อเนื่อง เช่น การฝึกอบรม เป็นต้น

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ภายใต้การวิเคราะห์ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติให้แก่ผู้บริหาร บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ได้นำไปใช้พิจารณาและใช้ประโยชน์ 3 ประการ ดังนี้การสร้างแรงจูงใจให้แก่พนักงานให้ศึกษา

องค์ความรู้เพิ่มเติมเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนางานและพัฒนาตนเองกล่าวคือ ควรมีการพัฒนาและปรับปรุงด้านสวัสดิการ ที่เป็นประโยชน์ต่อการพนักงาน เช่น การให้ทุนเพื่อศึกษาต่อ การศึกษาดูงาน การฝึกอบรม สวัสดิการต่างๆ เป็นต้น การจัดการความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน (Career Path) เพื่อให้พนักงานได้ทราบเส้นทางการเติบโตในหน้าที่การงานอย่างชัดเจน กล่าวคือ การกำหนดความก้าวหน้าในหน้าที่การงานอย่างชัดเจนนั้นจะสามารถทำให้พนักงานในระดับต่างๆ สามารถคาดการณ์ความก้าวหน้าของตนเองล่วงหน้าได้ และสามารถช่วยลดระบบอุปถัมภ์ ทำให้เกิดความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้

การกำหนดนโยบายองค์กรและแนวทางปฏิบัติงานที่ชัดเจนกล่าวคือ ผู้บริหารควรมีการกำหนดนโยบายองค์กรและแนวทางปฏิบัติงานที่ชัดเจน ซึ่งนโยบายและแนวทางการปฏิบัตินั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความชัดเจนและเหมาะสม สอดคล้องกับการดำเนินงาน และเพื่อให้พนักงานในองค์กรสามารถปฏิบัติงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

เอกสารอ้างอิง

- กิตติพันธ์ รุจิกุล.2529. พฤติกรรมผู้นำทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์
- จิระวุฒิ ศรีสร้อย. (2551). **ภาวะผู้นำของผู้บริหารกับบรรยากาศองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสกลนคร เขต 2.**วิทยานิพนธ์ ค.ม. สกลนคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- พนานันท์ โกศินานนท์. (2548). **ประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัท มีเดีย อพเกรด จำกัด.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
- บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน). (2557). **รายงานประจำปี 2557.** ค้นเมื่อ 24 มีนาคม 2558, จาก http://www.airportthai.co.th/uploads/files/Annual_Report_of_2557.pdf
- ทิพาวิทย์ เมฆสุวรรณ. (2538). **การส่งเสริมประสิทธิภาพในระบบราชการ.** กรุงเทพฯ: สำนักงานก.พ.
- ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์. (2009). **ทฤษฎีองค์การสมัยใหม่.** กรุงเทพฯ: ดี.เค.ปรีนติ้งเวิลด์.
- นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์. (2529). **หลักการบริหารการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 3).** กรุงเทพฯ : ศูนย์การพิมพ์ กรุงเทพฯ.
- Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. (1959). **The Motivation to Work. (2nd ed.).** New York : John Wiley and Sons.
- Maslow, A. H. (1965). **motivation and personality.** New York: Haper & Row

ศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพของการเดินขบวนรถไฟชานเมือง จากเส้นทาง กรุงเทพฯ- ฉะเชิงเทรา-กรุงเทพฯ

Study on the approach to improve the performance of demonstration trains from the suburbs the route Bangkok-chachoengsao-Bangkok.

จัดตรงค์ เพลินหัด¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงการบริการที่มีประสิทธิภาพของการเดินขบวนรถไฟชานเมืองจากเส้นทางกรุงเทพฯ-ฉะเชิงเทรา-กรุงเทพฯ เพื่อศึกษาถึงความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าของรถไฟในเส้นทางจากสถานีกรุงเทพฯ-ฉะเชิงเทรา-กรุงเทพฯ โดยการสำรวจแจกแบบสอบถาม จำนวน 100 คน โดยใช้เป็นการสุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ทฤษฎีความน่าจะเป็น (Non probability Sampling) เป็นการสุ่มตัวอย่างของวัน/เวลาในการใช้บริการเดินรถโดยไม่ได้กำหนดโอกาสหรือความน่าจะเป็นที่กลุ่มตัวอย่างถูกเลือกมาจากขบวนรถที่จัดให้บริการเมื่อวิ่งผ่านสถานีกรุงเทพฯ-ฉะเชิงเทรา-กรุงเทพฯ การเลือกวิธีนี้เนื่องจาก ผู้วิจัยต้องการทราบถึงความต้องการของผู้ใช้บริการ จึงเลือกวิธีนี้เพราะสามารถเลือกตัวอย่างได้อย่างสะดวกนี้ ใช้รูปแบบการวิจัยคุณภาพ (Qualitative research) เป็นการวิจัยที่ศึกษาวิเคราะห์ด้วยข้อมูลเชิงคุณภาพที่รวบรวมได้จากสภาพแวดล้อมที่เป็นจริง และนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะรวมความสำคัญของการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive research) โดยมุ่งเน้นการวิจัยเพื่อศึกษาสำรวจข้อเท็จจริง ความสัมพันธ์ และแนวโน้มของเหตุการณ์ การปฏิบัติ และปัญหาในปัจจุบันตามหลักเหตุผล เพื่อการปรับปรุงแก้ไขครั้งต่อไป

ผลการวิจัยพบว่า จากการตอบแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด กลุ่มผู้ให้บริการจากผู้มีความรู้และประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านการตลาด ด้านระบบเทคโนโลยี ด้านการบริหารจัดการ และด้านทรัพยากรที่ใช้ในการเดินขบวนรถไฟ ต่อปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความมีประสิทธิภาพของการเดินขบวนรถไฟชานเมือง จากเส้นทาง กรุงเทพฯ- ฉะเชิงเทรา-กรุงเทพฯ

คำสำคัญ : การเพิ่มประสิทธิภาพ ขบวนรถชานเมือง เส้นทาง กรุงเทพฯ- ฉะเชิงเทรา-กรุงเทพฯ

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการขนส่ง วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Abstract

This research aims to determine the effective service of the march suburban trains. The route Bangkok - Chachoengsao - Bangkok. To determine the ability to enhance the transport of passengers and goods trains on the route from Bangkok - Chachoengsao - Bangkok by the survey questionnaires of 100 people using sampling without the theory of probability (Non probability. Sampling) sampling of date / time in the bus service is not determined by chance or probability that samples were taken from the convoy at the service station running through Bangkok - Chachoengsao - Bangkok. Choosing this method because Researchers want to know about the needs of service users. I chose this method because it can easily sample this. Use the form of qualitative research (Qualitative research) research study analyzed qualitative data gathered from the environment is real. And presented the findings in the overall importance of descriptive study (Descriptive research), focusing on research to explore the facts. Relationships, and trends in the practice and current issues as the main reason. In order to improve the next time.

The research found that The series of 100 respondents from service users who have knowledge and experience about the various aspects of marketing, including technology system. Management And the resources used to train march. Factors that affect the effectiveness of demonstration train from Bangkok - Chachoengsao - Bangkok.

Keywords: improve the Performance, demonstration trains, route Bangkok-chachoengsao-Bangkok

บทนำ

ในปัจจุบันปัญหาการจราจรส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนในวงกว้าง ซึ่งทางด้านการจราจรในประเทศไทยได้มีปัญหาที่รุนแรงขึ้นในทุกๆ ปี ผนวกกับวิกฤตการณ์ทางด้านเศรษฐกิจจึงทำให้ประเทศไทยต้องดำเนินนโยบายเกินดุลเงินสตร้อยละ 1 ของ GDP ซึ่งปัญหาการจราจรทำให้เกิดการสูญเสียทางด้านเศรษฐกิจเพราะน้ำมันที่ใช้ส่วนใหญ่นำเข้าจากต่างประเทศ โดยปัจจุบันประเทศไทยใช้น้ำมันสูงถึงปีละ 41,007 ล้านลิตร หรือประมาณ 113 ล้านลิตรต่อวันโดยเป็นการใช้ในบริเวณกรุงเทพมหานครและปริมณฑลสูงถึงปีละ 18,583 ล้าน ลิตร หรือคิดเป็นร้อยละ 45.31 ของการใช้น้ำมันทั้งประเทศ และในขณะที่เดียวกันประเทศไทยสามารถที่จะผลิตน้ำมันได้เพียงวันละ 4 ล้านลิตรต่อวันจึงเป็นเหตุให้ประเทศไทยต้องจ่ายเงินเพื่อการนำเข้าน้ำมันเป็นจำนวนมากกว่าวันละ 555 ล้านบาท โดยต้องนำเข้าน้ำมันปีละประมาณ 200,000 ล้านบาท ปริมาณน้ำมันประมาณร้อยละ 48 ได้ถูกใช้ในภาคการขนส่งโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การขนส่งทางบกซึ่งเป็นการขนส่งทางถนนเป็นหลัก (สรวิศ นฤปิติ, 2555)

การขนส่งทางรถไฟเริ่มมีมานานแล้วตั้งแต่สมัยโบราณ เกิดขึ้นหลังจากยุคที่มนุษย์รู้จักใช้วงล้อเข้ามาช่วยในการขนส่ง ในระยะเริ่มแรก ใช้แรงสัตว์ เช่น ม้า วัว ควาย ช้าง ลา เป็นต้น ลากให้เคลื่อนที่ไปตามรางที่กำหนดไว้ โดยวงล้อนั้นทำด้วยไม้ ต่อมาก็มีวิวัฒนาการมาเรื่อยๆ รู้จักใช้เหล็กแทนไม้ และมีการนำเอาเครื่องจักรไอน้ำมาใช้แทนกำลังสัตว์ การขนส่งทางรถไฟนี้เป็นการขนส่งประเภทที่ถือว่า เป็นประเภทที่บุกเบิกของการขนส่งเกือบทุกๆ ประเทศก่อนที่จะการขนส่งประเภทอื่นๆ จะเจริญ ประเทศอังกฤษเป็นประเทศแรกที่มีการขนส่งทางรถไฟเกิดขึ้น ต่อมาได้แพร่หลายไปยังประเทศต่างๆ ในยุโรป อเมริกา และทั่วโลก (จักรกฤษณ์ ดวงพัสตรา, 2543)

สำหรับกิจการขนส่งทางรถไฟในประเทศไทยนั้น เริ่มในปรัตนโกสินศก 105 ตรงกับ พ.ศ. 2429 กิจการรถไฟได้ถือกำเนิดขึ้นเป็นครั้งแรก เมื่อรัฐบาลได้อนุมัติสัมปทานแก่บริษัทชาวเดนมาร์กให้สร้างทางรถไฟจาก กรุงเทพฯ ถึงสมุทรปราการ ระยะทาง 21 กิโลเมตร เปิดเดินรถไฟเป็นครั้งแรกในเส้นทางให้ทำการสำรวจสมุทรปราการ เมื่อวันที่ 13 กันยายน พ.ศ. 2549 ในเวลาเดียวกันได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าให้ทำการสำรวจเส้นทางเพื่อสร้างทางรถไฟจาก กรุงเทพฯ ถึงเชียงใหม่ และมีทางแยกไปนครราชสีมาที่สระบุรีด้วย หลังจากนั้นได้มีพระกรุณาโปรดเกล้าให้สร้างเส้นทางจากกรุงเทพฯ ถึงนครราชสีมาเป็นเส้นทางแรก หลังจากนั้นในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2433 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ตั้งกรมรถไฟหลวงขึ้นสังกัดกระทรวงโยธาธิการ การก่อสร้างทางรถไฟสายแรกของประเทศไทย ได้เริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2435 ในรัชสมัยของพระองค์ในระยะแรกกิจการรถไฟดำเนินการโดยกรมรถไฟหลวงแห่งสยาม ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของกระทรวงโยธาธิการ ในปี พ.ศ. 2494 กรมหลวงได้เปลี่ยนสถานะเป็นรัฐวิสาหกิจ ภายใต้กฎหมายการรถไฟแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2494 โดยมีทุนเริ่มต้นเพื่อดำเนินกิจการจากการจัดสรรของรัฐบาลจำนวน 30 ล้านบาท และได้อาศัยโครงสร้างขนส่งที่สร้างไว้ในสมัยที่เป็นหน่วยงานราชการและการดำเนินธุรกิจในลักษณะการผูกขาด ครั้นเมื่อวันที่ 26 มีนาคม พ.ศ. 2439 พระองค์จึงเสด็จทรงประกอบพระราชพิธีเปิดการเดินรถไฟระหว่างกรุงเทพฯ-อยุธยา ระยะทาง 71 กิโลเมตร ซึ่งทางการได้ถือเอาวันนี้เป็นวันสถาปนากิจการรถไฟหลวง

ความกว้างของรางเมื่อแรกสร้างทางฝั่งตะวันออกของแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นรางกว้าง 1.435 เมตร ระยะทางทั้งหมด 1,076 กิโลเมตร ส่วนทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเป็นรางกว้าง 1.00 เมตร ที่สร้างเป็นรางขนาด 1.00 เมตร ก็เพื่อให้มีขนาดเท่ากับประเทศเพื่อน

บ้านทั้งหลาย คือ มาเลเซีย พม่า เขมร ต่อจากนั้น พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวจึงทรงให้เปลี่ยนรางขนาด 1.435 เมตร ทางฝั่งตะวันออกที่สร้างไปแล้วทั้งหมดเป็นขนาด 1.00 เมตร โดยใช้เวลาทั้งสิ้น 10 ปี แล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2469 และต่อมาในปี 2504 ได้เริ่มโครงการ Dieselization โดยทยอยจัดหารถจักรดีเซลมาใช้แทนรถจักรไอน้ำ ซึ่งใช้เวลา 14 ปี จึงแล้วเสร็จ ในระหว่างสงครามโลกครั้งที่ 2 กิจการรถไฟประสบภัยสงครามอย่างหนัก ทรัพย์สินทั้งอาคารและรถจักร ล้อเลื่อน ได้รับความเสียหายมากจำต้องเร่งบูรณะฟื้นฟูให้กลับสู่สภาพเดิมโดยเร็ว ถ้าจะอาศัยเงินลงทุนจากงบประมาณของรัฐแหล่งเดียวจะไม่ทันการณ์ รัฐบาลจึงต้องขอกู้เงินจากธนาคารโลก มาสมทบในระหว่างการเจรจากู้เงินนั้นธนาคารได้เสนอให้รัฐปรับปรุงองค์กรของกรมรถไฟหลวงให้มีอิสระกว่าที่เป็นอยู่เพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารกิจการ ในเชิงธุรกิจกรมรถไฟหลวง จึงเปลี่ยนสถานะมาเป็นรัฐวิสาหกิจประเภทสาธารณูปการ ภายใต้ชื่อว่า “การรถไฟแห่งประเทศไทย” ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม พ.ศ. 2494 เป็นต้นมา โดยดำเนินการอยู่ภายใต้ พ.ร.บ. การรถไฟฯ ฉบับ พ.ศ. 2494 ซึ่งในหลักการรัฐคุ้มครอง แต่งตั้งและปลดผู้บริหารคุมอัตราเงินเดือนพนักงาน คุมอัตราค่าโดยสาร และค่าระวาง คุ้มครองการปิดเปิดเส้นทางและบริการและคุ้มครองการลงทุนทั้งหมด แต่หากดำเนินงานขาดทุนรัฐจะชดเชยให้เท่าจำนวนที่ขาด ต่อมากิจการรถไฟได้มีการขยายตัวโดยมีการเพิ่มเส้นทางให้มากขึ้น และเปิดเดินรถไฟในเส้นทางต่างๆ อยู่ตลอดจนถึงปัจจุบัน

การขนส่งทางรถไฟเป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถเคลื่อนย้ายสิ่งของและบุคคลไปได้ไกลด้วยต้นทุนการขนส่งต่ำ และมีความปลอดภัยจากอุบัติเหตุสูงกว่าการขนส่งประเภทอื่น เพราะเครื่องที่อยู่ในเส้นทาง (ราง) ที่สร้างขึ้นโดยเฉพาะนั่นเอง ลักษณะเด่นของการขนส่งทางรถไฟคือ การที่ขบวนรถไฟแต่ละขบวนสามารถพ่วงตู้บรรทุกหรือตู้โดยสารได้คราวละมากๆ จึง

สามารถให้บริการโดยประหยัดและเหมาะสมกับสินค้า น้ำหนักมาก ปริมาณมาก กินเนื้อที่มากและบรรทุกเป็นระยะไกลๆ สินค้าที่นิยมขนได้แก่ ปูนซีเมนต์ ถ่านหิน น้ำมัน ตู้คอนเทนเนอร์ เหมาะกับการขนส่งระยะทางไกล เพราะถ้าขนส่งระยะใกล้จะถึงที่หมายช้ากว่ารถบรรทุก และต้องขนย้ายเปลี่ยนพาหนะ แต่ถ้าขนส่งทางไกลจะใช้เวลาพอกัน แต่รถไฟมีข้อจำกัดที่ต้องวิ่งบนรางที่มีเส้นทางจำกัดตายตัว ทำให้มีความยืดหยุ่นในการขนส่งน้อย นอกจากนั้นยังมีข้อเสียคือ มักล่าช้าบ่อยๆ คุณภาพของการบริการค่อนข้างต่ำ เวลาออกรถกำหนดตายตัวไม่สามารถเปลี่ยนแปลงความต้องการได้

พ.ศ. 2517 ซึ่งเกิดวิกฤตน้ำมันและเศรษฐกิจตกต่ำอย่างรุนแรงทั่วโลก ส่งผลให้ฐานะการเงินของการรถไฟฯ ตกต่ำลงอย่างรวดเร็ว ประสบภาวะขาดทุน และต้องพึ่งการอุดหนุนจากรัฐบาล ในขณะเดียวกันก็ได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลทั้งในด้าน การให้บริการขนส่งผู้โดยสารได้น้อยในอัตราค่าบริการที่ต่ำ ความกดดันให้มุ่งเน้นการแสวงหาผลตอบแทนในระยะสั้น ทำให้ขาดการลงทุนในทรัพย์สินที่จะให้ผลตอบแทนระยะยาว ตลอดจนความพยายามลดค่าใช้จ่าย ซึ่งรวมถึงการลดเลือนกำหนดการซ่อมบำรุงโครงสร้างขนส่งพื้นฐานต่างๆ ประกอบกับได้รับผลกระทบจากนโยบายของรัฐบาลที่ให้ความสำคัญกับการขนส่งทางถนนมากขึ้น ด้วยการก่อสร้างเส้นทางถนนจนมีโครงข่ายครอบคลุมพื้นที่ทุกจังหวัดได้มากกว่าเส้นทางรถไฟ ประชาชนหันไปใช้รถยนต์และบริการรถโดยสารหรือรถบรรทุกมากขึ้น จนทำให้บทบาทของการเดินทางหรือการขนส่งโดยรถไฟที่เคยได้รับความนิยม เพราะสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ลดลง และถูกทดแทนโดยการขนส่งทางถนน

ประเทศไทยมีการขนส่งด้วยระบบสาธารณะที่ใช้รางค่อนข้างต่ำ ทั้งในภาพรวมและในเมืองใหญ่ ประเทศไทยมีความหนาแน่นประชากรใกล้เคียงยุโรป และมีสภาพทางภูมิศาสตร์ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน

เหมือนประเทศฝรั่งเศส เยอรมัน แต่การขนส่งในกรุงเทพฯ แทบจะไม่ได้ใช้ระบบรางเลย ดังนั้นการใช้พลังงานในภาคขนส่งจึงค่อนข้างสูง เพราะระบบขนส่งอาศัยการพึ่งพารถยนต์ส่วนบุคคลซึ่งใช้พลังงานมากกว่าเป็นหลัก (ขรัต พิริยะวัฒน์, 2543)

การให้บริการขนส่งของรถไฟมีมาตรฐานลดลงโดยมีอุบัติเหตุเพิ่มขึ้น อันเนื่องมาจากสภาพทางไม่สมบูรณ์ และความตรงต่อเวลาของการเดินรถอยู่ในเกณฑ์ต่ำ โดยขบวนรถถึงปลายทางช้าลงเรื่อยๆ เนื่องจากสภาพทางทำให้ขบวนรถลดความเร็วและต้องใช้เวลาในการเดินทางมากกว่าเดิม ดังนั้นเราควรหันมามองว่าจะทำอย่างไรให้รถไฟสามารถให้บริการได้ตรงต่อเวลาอยู่ในเกณฑ์มาตรฐาน ให้เข้าถึงสถานีโดยสามารถรักษาเวลาได้ เพื่อที่ประชาชนซึ่งอยู่ต่างจังหวัดสามารถเดินทางเข้ามาทำงานในกรุงเทพฯ โดยสามารถกำหนดเวลาในการเดินทางได้ตายตัว ไม่มีปัญหาความล่าช้าในการเข้างานไม่ทันเวลาที่บริษัทกำหนด ให้ประชาชนได้มีทางเลือกใช้บริการขนส่งสาธารณะ โดยไม่ต้องขับรถยนต์ส่วนบุคคลเข้ามาในเมือง เพื่อลดปัญหาการจราจรคับคั่ง ช่วยกันประหยัดพลังงานในช่วยวิกฤตตลาดแคลน

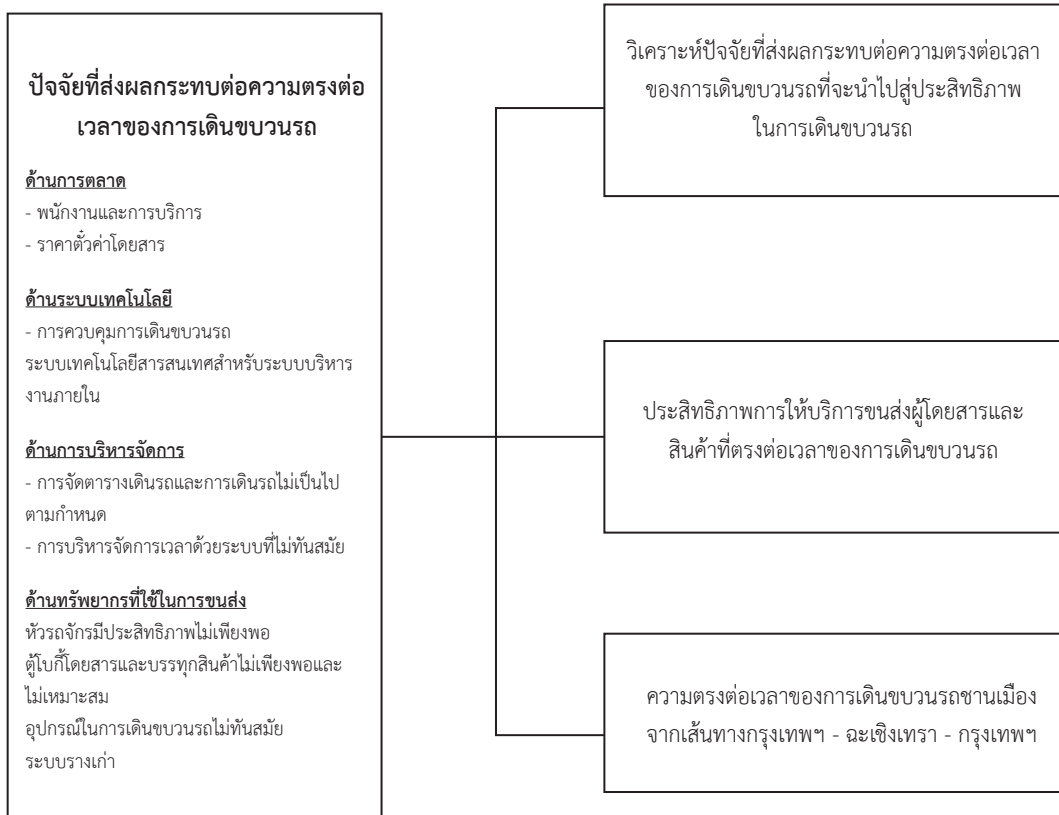
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตรงต่อเวลาของการเดินขบวนรถชานเมือง จากเส้นทางกรุงเทพฯ-ฉะเชิงเทรา-กรุงเทพฯ
2. เพื่อศึกษาถึงความสามารถในการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าของรถไฟในเส้นทางจากสถานีกรุงเทพฯ-ฉะเชิงเทรา-กรุงเทพฯ

ขอบเขตของการวิจัย

1. การวิจัยใช้ระยะเวลาตั้งแต่เดือนตุลาคม 2557 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2558
2. เนื้อหาของงานวิจัยเป็นการศึกษาถึงปัญหาและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความตรงต่อเวลาของการเดินรถจากเส้นทางกรุงเทพฯ-ฉะเชิงเทรา-กรุงเทพฯ
3. การศึกษาในงานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เน้นการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการขนส่งผู้โดยสารจากสถานีกรุงเทพฯ ถึงปลายทางสถานีฉะเชิงเทรา
4. มีการสัมภาษณ์ข้อมูลจากพนักงานขับรถไฟฟ้า ช่างซ่อมบำรุง เจ้าหน้าที่ และผู้โดยสารที่ใช้บริการเส้นทางกรุงเทพฯ- ฉะเชิงเทรา

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวความคิด แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ กลุ่มปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตรงต่อเวลาของการเดินขบวนรถ ได้แก่เรื่อง ด้านการตลาด,ด้านระบบเทคโนโลยี,ด้านการบริหารจัดการ และด้านทรัพยากรที่ใช้ในการขนส่ง

ตัวแปรตาม ได้แก่ ประสิทธิภาพในการเดินขบวนรถ, ประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าที่ตรงต่อเวลา และความตรงต่อเวลาของการเดินขบวนรถชานเมืองจากเส้นทางกรุงเทพฯ- ฉะเชิงเทรา-กรุงเทพฯ

หลักการและความสำคัญของประสิทธิภาพการให้บริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้าของการเดินขบวนรถชานเมือง

ความสำคัญของการขนส่ง

การขนส่งเป็นโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ที่จำเป็นอย่างหนึ่งในการพัฒนาประเทศ การขนส่งมีความสำคัญต่อธุรกิจตลอดจนการพัฒนาประเทศอยู่หลายประการ คือ

1. ช่วยให้ประชาชนมีมาตรฐานการครองชีพดีขึ้น ประชาชนสามารถซื้อสินค้าที่ตนเองไม่สามารถ

ที่จะมีสินค้าอุปโภคที่เหมือนกันได้ ตัวอย่างเช่น คนที่อยู่จังหวัดภาคทางภาคเหนือก็สามารถมีอาหารทะเลบริโภคได้เหมือนกับที่อยู่ในจังหวัดใกล้ทะเล หรือคนที่อยู่ในต่างจังหวัดสามารถมีสินค้าบริโภคเช่นเดียวกับคนกรุงเทพฯ

2. ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ในสมัยก่อนเมื่อการคมนาคมขนส่งยังไม่สะดวก ต้องพึ่งตนเองโดยปลูกข้าว เลี้ยงสัตว์ ทำเครื่องนุ่งห่ม ทำให้ไม่มีความชำนาญเฉพาะอย่าง เมื่อมีการขนส่งประชาชนสามารถติดต่อแลกเปลี่ยนสินค้ากันได้ ทำให้มีความต้องการสินค้ามากขึ้น จึงมีการแบ่งงานกันทำ ผลิตในสิ่งที่ตนถนัดแล้วนำมาแลกเปลี่ยนกัน ทำให้เกิดความชำนาญในสิ่งที่ตนถนัด การผลิตก็มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเพราะเมื่อเกิดความชำนาญงานขึ้นต้นทุนต่อหน่วยในการผลิตจะลดลง

3. ช่วยกระจายความเจริญเติบโต การขนส่งช่วยให้การติดต่อกันสะดวกและรวดเร็วขึ้น ประชาชนสามารถตั้งถิ่นฐานกระจายไกลออกไปก่อนให้เกิดชุมชนใหม่ๆ ขึ้น เป็นการขยายเมืองออกไปในแง่ธุรกิจ การขนส่งช่วยให้มีการนำสินค้าไปขาย สินค้าที่ออกมาใหม่ๆ ก็สามารถกระจายไปขายตามแหล่งที่การขนส่งเข้าถึง ความเจริญก็ก้าวหน้าได้ทุกหนแห่ง

4. มีการเปลี่ยนแปลงของสังคม การขนส่งทำให้มีการรับรู้วัฒนธรรมประเพณีของสังคมอื่น จึงมีการเลียนแบบกันทางสังคม สังคมโดยรวมจึงเปลี่ยนได้เร็วขึ้น และทำให้ผู้คนมีสายตากว้างไกลขึ้น

5. ช่วยให้การติดต่อสื่อสารสะดวกขึ้น จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันโลกดูเหมือนจะแคบลงเพราะผู้คนสามารถเดินทางถึงกันได้เกือบทั่วโลก หรือสามารถส่งข่าวสารถึงกันได้อย่างสะดวกและรวดเร็วขึ้น ทั้งนี้เป็นผลเนื่องมาจากการมีระบบการขนส่งที่ดี

6. ช่วยให้มีมาตรฐานการศึกษาที่ดีขึ้น การขนส่งช่วยให้การกระจายสภาพการศึกษากว้างขวางไปในท้องถิ่นต่างๆ ที่การศึกษาขยายไม่ถึง สำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาในระดับที่ไม่มีในท้องถิ่น ก็สามารถ

เดินทางไปศึกษายังต่างถิ่นได้ หรือตัวอย่างที่เห็นได้ชัดตัวอย่างหนึ่งคือ ระบบการศึกษาของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชที่กระจายไปทั่วประเทศก็เกิดจากระบบการขนส่ง

7. ช่วยเพิ่มความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

การขนส่งช่วยให้ประเทศต่างๆ ได้ติดต่อกันสะดวกยิ่งขึ้น ทำให้มีการแลกเปลี่ยนกันทางเศรษฐกิจและสังคม สร้างความสัมพันธ์กันได้ดียิ่งขึ้น

8. ความสำคัญด้านอื่นๆ เช่น เพิ่มความมั่นคงให้กับประเทศ การขนส่งช่วยให้สามารถเข้าถึงประชาชนในชุมชนต่างๆ การปกครองของรัฐบาลจึงเป็นไปได้ง่ายขึ้น การขนส่งยังช่วยให้สะดวกในการติดต่อถึงกันและกัน ทำให้เกิดความเข้าใจกัน เกิดความสามัคคีขึ้นในชาติได้ นอกจากนี้แล้วการขนส่งยังช่วยในด้านการป้องกันประเทศด้วย การขนส่งมีความจำเป็นต่อกิจกรรมทางทหารมาก เพราะในการเคลื่อนย้ายกำลังทหาร ตลอดจนอาวุธยุทโธปกรณ์ต่างๆ ต้องอาศัยการขนส่งเป็นหลัก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ทราบถึงความต้องการของลูกค้าและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าในเรื่องของเวลาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนหันมาใช้บริการขนส่งสาธารณะ เช่น รถไฟ กันมากขึ้น เพื่อลดปริมาณการใช้น้ำมันในท้องถนน

3. นำระบบโลจิสติกส์มาพัฒนาขีดความสามารถในการเดินขบวนรถไฟ ในการบริหารเวลาอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. นำปัญหาที่ได้ทำการวิจัย มาปรับปรุงแก้ไขให้รถไฟสามารถให้บริการเดินเที่ยวรถในแต่เที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความตรงต่อเวลาในการเดินรถไฟและนำมาปรับปรุงแก้ไข

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quatitative research) เป็นการวิจัยที่ศึกษาวิเคราะห์ด้วยข้อมูลเชิงปริมาณที่รวบรวมได้จากสภาพแวดล้อมที่เป็นจริง และนำเสนอผลการวิจัยในลักษณะรวมความสำคัญของการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive research) โดยมุ่งเน้นการวิจัยเพื่อศึกษาสำรวจข้อเท็จจริง ความสัมพันธ์และแนวโน้มของเหตุการณ์ การปฏิบัติ และปัญหาในปัจจุบันตามหลักเหตุผล เพื่อการปรับปรุงแก้ไข โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลมาจากแหล่งข้อมูล 2 แหล่งด้วยกัน คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของการให้บริการเดินรถขนเมืองในเส้นทางกรุงเทพฯ-ฉะเชิงเทรา-กรุงเทพฯ ซึ่งในดำเนินการเก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถาม โดยใช้การมีส่วนร่วมโดยได้ร่วมเดินทางตามเส้นทางที่กำหนด ของผู้โดยสารเพื่อให้เห็นภาพและเข้าใจสถานการณ์ ผู้วิจัยได้ทำการเตรียมคำถามกว้างๆ เพื่อให้กับผู้มีความรู้และประสบการณ์ตรง จำนวน 100 รายจากผู้ใช้บริการ 130 ราย เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายที่ได้ทำการสำรวจนี้ เป็นผู้ที่ใช้บริการโดยตรงและสามารถให้ข้อมูลและข้อเท็จจริงได้ครบถ้วนและมีความน่าเชื่อถือ

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเลือกวิธีสำรวจแบบสุ่มเดินทางร่วมไปกับขบวนรถในวันเวลาที่ให้บริการเดินรถของขบวนรถในสายอื่นๆ และในสายรถขนเมือง และการเก็บข้อมูลเชิงสถิติ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการศึกษาแนวทางการเกิด

ประสิทธิภาพในการให้บริการเดินรถไฟในเส้นทางกรุงเทพฯ-ฉะเชิงเทรา-กรุงเทพฯ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการเดินรถ เพราะการขนส่งเป็นส่วนหนึ่งในกระบวนการโลจิสติกส์ซึ่งต้องคำนึงถึงต้นทุน ความตรงต่อเวลา สามารถแข่งขันกับคู่แข่งและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า โดยการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การอ้างอิงเอกสารทางวิชาการ และนิตยสารการขนส่ง-โลจิสติกส์

วิธีการเก็บข้อมูล (Data Collection Method)

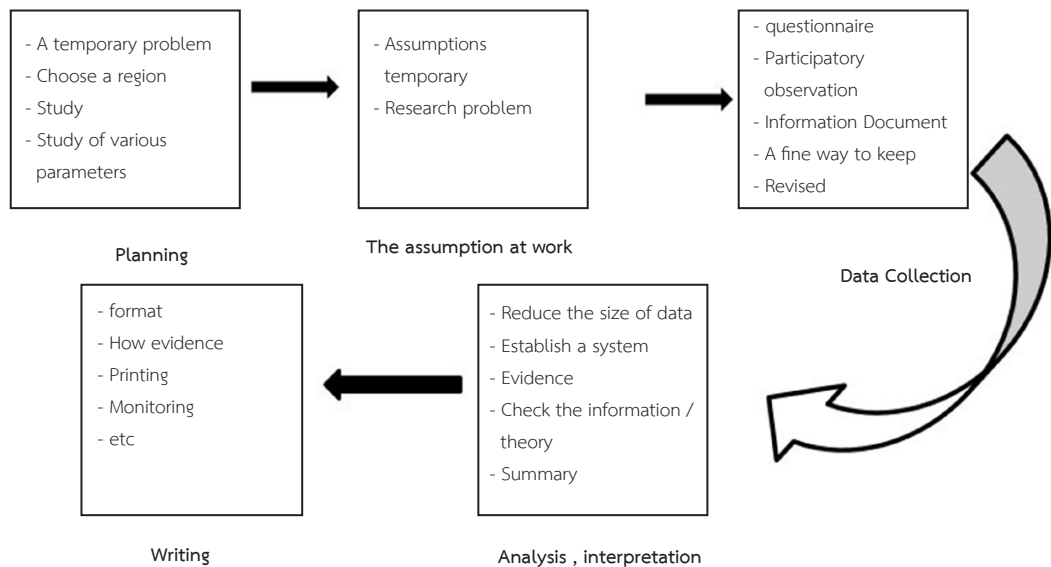
1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

การเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งเป็นข้อมูลปฐมภูมิ จัดเก็บโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (Depth Interview) เป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีแบบแผนใดๆ โดยเป็นการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัว ซึ่งใช้เวลาในการสัมภาษณ์ 50 นาทีต่อคน ลักษณะของคำถามที่ใช้เป็นคำถามปลายเปิด เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ให้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น สามารถสื่อสารได้โดยตรงโดยเผชิญหน้า (Face to face situation) วิธีการสัมภาษณ์รายบุคคลนี้เป็นการสนทนากันแบบ 2 ทาง ระหว่างผู้สัมภาษณ์กับผู้ตอบคำถาม ทำให้มีโอกาสได้รับข้อมูลป้อนกลับมาสูง หาข้อเท็จจริงของคำตอบที่ซับซ้อนได้ดี ได้คำตอบครบถ้วน และการมีส่วนร่วมสูง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการที่มีการเก็บรวบรวมไว้แล้ว รวมทั้งหนังสือที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นิตยสารด้านการขนส่งและหนังสือโลจิสติกส์อื่นๆ

องค์ประกอบและขั้นตอนในการวางแผนการวิจัยเชิงคุณภาพ



อภิปรายผลการวิจัย

ประสิทธิภาพของการเดินขบวนรถชานเมืองจากเส้นทาง กรุงเทพฯ- ฉะเชิงเทรา-กรุงเทพฯ พบว่า สอดคล้องงานวิจัย ชลิตา ผดุงมิตร (2552) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการเลือกรูปแบบการเดินทางระหว่างกรุงเทพมหานคร-เชียงใหม่ ซึ่งการวิจัยนี้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกรูปแบบการเดินทางของ 3 รูปแบบ ได้แก่ รถทัวร์ รถไฟ สายการบินต้นทุนต่ำ และสายการบินปกติ โดยพิจารณาเส้นทางการเดินทางจากกรุงเทพมหานครไปยังจังหวัดเชียงใหม่ประกอบด้วย กลุ่มผู้โดยสารชาวไทยที่เคยเดินทางทั้ง 3 รูปแบบ การเดินทางจำนวนทั้งสิ้น 321 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามถึงข้อมูลทั่วไปข้อมูลคุณลักษณะการเดินทาง และข้อมูลด้านทัศนคติความพึงพอใจ จากนั้นทำการพัฒนาและทดสอบแบบจำลองการเลือกใช้บริการที่อยู่ในรูปของแบบจำลองโลจิสติกแบบหลายทางเลือก (Multinomial Logit Model) ทั้งนี้จากการ

พัฒนาแบบจำลองพบว่าเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางโดยรวมถึงปัจจัยทางด้านราคาน้ำมันที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งมีผลกระทบต่อค่าตัวโดยสารและค่าใช้จ่ายในการเดินทางพบว่า ผู้โดยสารที่เดินทางในแต่ละรูปแบบการเดินทางใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ รถโดยสารประจำทางปรับอากาศสายการบินปกติภายในประเทศ และรถไฟ โดยคิดเป็นอัตราส่วนเท่ากับ 50 : 32 : 11 : 7 ตามลำดับ โดยพบว่างานวิจัย ณัฐพงศ์ สันธิ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์สัดส่วนผู้เดินทางโดยรถไฟความเร็วสูงระหว่างเชียงใหม่-กรุงเทพมหานคร ซึ่งในงานโครงการศึกษานี้วิเคราะห์หาสัดส่วนการเดินทางโดยสารสาธารณะระหว่างกรุงเทพมหานคร-เชียงใหม่โดยการพัฒนาระบบจำลองโลจิสติก สำหรับทำนายสัดส่วนเลือกของ 3 รูปแบบการเดินทาง คือ รถไฟ รถทัวร์ และเครื่องบิน ในการเก็บตัวอย่างนี้ได้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 536 คน และใช้วิธีการเก็บแบบ SP พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกขึ้นอยู่กับอายุ

รายได้ ค่าโดยสาร และเวลาการเดินทาง โดยแบบจำลองที่เหมาะสมที่สุดมีค่าเท่ากับ 0.2741 มีความถูกต้องของการทำนายเท่ากับ 65.936% จากแบบจำลองที่ใช้เฉพาะตัวแปร Generic (มีค่าเท่ากับ 0.3053 มีความถูกต้องของการทำนายเท่ากับ 65.936%) เฉพาะเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เพื่อหาค่าเวลา (V.O.T) พบว่า ค่าเวลาแตกต่างกันตามอาชีพโดยมีค่าเท่ากับ 207.85, 317.08, 283.25, 178.90, 181.78 และ 276.41 บาท/ชั่วโมง สำหรับอาชีพนักศึกษา นักธุรกิจ ข้าราชการ ค้าขาย พนักงานบริษัท และอาชีพอื่นๆ ตามลำดับ สำหรับแบบจำลอง Generic ของเวลาและค่าใช้จ่ายเดินทางรวมทุกอาชีพ พบว่า เมื่อไม่คำนึงถึงค่าเวลาและค่าใช้จ่ายเดินทางผู้เดินทางมีความพึงพอใจเลือกเดินทางโดยเครื่องบิน รถไฟ และรถทัวร์ลดหลั่นตามลำดับ โดยค่าคงที่ของสมการอรรถประโยชน์เท่ากับ 0, -0.69746 และ -0.71914 ตามลำดับ การศึกษานี้ได้ประยุกต์รถไฟความเร็วสูง (HST) โดยสร้างสมการอรรถประโยชน์ของ HST ภายใต้สมมติฐานที่ว่าผู้เดินทางมีส่วนความพึงพอใจเลือก HST เท่ากับเครื่องบิน และได้ประยุกต์คาดคะเนการเลือกใน 4 รูปแบบการเดินทาง ซึ่งสำหรับ HST ใช้เวลาการเดินทางและค่าใช้จ่ายตามที่คาดคะเนโดยรัฐ พบว่า สัดส่วนการเดินทางของเครื่องบิน รถไฟความเร็วสูง รถทัวร์ และรถไฟ เท่ากับร้อยละ 51.79, 43.80, 2.76 และ 1.65 ตามลำดับ สอดคล้องกับ Farahbod and Logan (1991) ได้ใช้การสำรวจวิธี Conjoint Analysis และอาศัยเทคนิคการสร้างแบบจำลองแบบ Logit ในการหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่งรถบรรทุกในสหรัฐอเมริกาหลังจากกลุ่มบริษัทผู้ผลิตส่วนใหญ่หันมาให้ความสำคัญกับการจัดส่งทันเวลา (Just - in - Time) ซึ่งได้กล่าวถึงความสำคัญของการทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคัดเลือกผู้ประกอบการขนส่ง ต่อผู้ประกอบการขนส่งว่าจะทำให้มีศักยภาพในการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นได้ นอกจากนี้ยังช่วยให้เข้าใจความต้องการของ

ลูกค้ามากขึ้น สอดคล้อง บุญรักษ์ กุณาศล (2543) ได้ทำการศึกษาคุณลักษณะของรถตู้โดยสารในกรุงเทพมหานคร และได้ศึกษาถึงคุณลักษณะต่างๆ ได้แก่ เส้นทางเดินรถ การรับส่ง การโดยสาร การเข้ามาใช้บริการ การขนส่งสัมภาระ โดยความพึงพอใจของแต่ละบุคคลสามารถวัดและเรียงลำดับความชอบและสามารถจำลองได้ด้วยฟังก์ชันอรรถประโยชน์ (Utility Function) ซึ่งประกอบด้วยดัชนีคุณภาพด้านต่างๆ หลายด้านในลักษณะที่จะทำให้ผู้ใช้บริการได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการมากที่สุดโดยสอดคล้องกับไชยวิทย์ บุรณสมบุญ (2543) อ้างถึงใน JICA ได้ศึกษาและพัฒนาแบบจำลองในการเลือกประเภทการขนส่ง โดยใช้ Logit Model ตัวแปรที่นำมาใช้สร้างแบบจำลองประกอบด้วย 3 ตัวแปร คือ ส่วนต่างของระยะเวลาเดินทาง (time difference) ส่วนต่างค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (cost difference) และจำนวนการเปลี่ยนถ่ายรถในระบบขนส่งสาธารณะ (number of transfers in public) มีรูปแบบของแบบจำลองการเลือกประเภทการขนส่ง

$$P = 1 / [1 + \exp(a + b\Delta T + c\Delta C + d.N)]$$

โดยที่ P = สัดส่วนการเดินทางด้วยรถส่วนบุคคล

ΔT = ส่วนต่างของเวลาการเดินทาง (รถสาธารณะ-รถส่วนบุคคล) นาที

ΔC = ส่วนต่างของค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (บาท)

N = จำนวนครั้งในการเปลี่ยนถ่ายระบบขนส่ง

a,b,c,d = สัมประสิทธิ์

และสอดคล้องกับสุทธิพงษ์ มีโย (2536) ได้ทำการศึกษาเพื่อสร้างแบบจำลองการเลือกยานพาหนะเดินทางในเขตเมืองเชียงใหม่ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่ผู้เดินทางใช้ในการตัดสินใจเลือกยานพาหนะ โดยใช้แบบจำลองแบบ Logit Model ข้อมูล

หลักที่ใช้สร้างแบบจำลองได้จากการสำรวจลักษณะการเดินทางของประชาชน (Origin-Destination Survey) แบบจำลองที่สร้างขึ้นประกอบด้วย แบบจำลองสำหรับการเดินทางทุกวัตถุประสงค์

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ควรมีการนำแนวทางในการดำเนินการที่ได้ไปประกอบการพิจารณา และปรับใช้ในการวางแผนในการเดินรถไฟอย่างจริงจังทั้งในระดับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

เพื่อให้มีการปรับปรุงแก้ไขและส่งเสริมการใช้รถไฟอย่างเป็นระบบ ที่ส่งผลต่อการเดินรถไฟให้มีความตรงต่อเวลาไม่ล่าช้าเกินไป เช่น ระบบราง หัวรถจักร การบริหารเวลาการเดินรถไฟ ให้มีความทันสมัยและสอดคล้องแผนงาน

1. ควรมีการศึกษาความเป็นไปได้ในการจัดซื้อจัดสร้างอุปกรณ์ที่ทันสมัย และวางแผนการเดินรถไฟที่มีการคาดการณ์ของผู้โดยสาร

2. ควรมีการศึกษาความต้องการของผู้โดยสารที่จะเลือกใช้รถไฟขานเมือง ที่ไม่มีความตรงต่อเวลา

เอกสารอ้างอิง

- จักรกฤษณ์ ดวงพัสดรา. (2543). **หลักการขนส่ง**. กรุงเทพฯ : สถาบันพาณิชยนาวิ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชรัตน์ พิริยะวัฒน์. (2543). **ความพึงพอใจของผู้เดินทางด้วยรถยนต์โดยสารประจำทาง การยอมรับของผู้เดินทางต่อระบบขนส่งสาธารณะแบบก้าวหน้าในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต. วิศวกรรมศาสตร์ (วิศวกรรมโยธา), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไชยวิทย์ บุรสมบุญ. (2543). **แบบจำลองการเลือกการเดินทางในกรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บุญรักษ์ ฤณาสล. (2543). **การศึกษาสาเหตุและแรงจูงใจในการให้บริการรถตู้โดยสารในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาวิศวกรรมขนส่ง. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- สรวิศ นฤปิต. (2543). **ความรู้เรื่องระบบขนส่งอัจฉริยะ**. ค้นเมื่อ 14 มกราคม 2558, จาก <http://www.siblor.com/image/02-05-14.pdf>
- สุทธิพงษ์ มีโย. (2536). **การประยุกต์แบบจำลองโลจิสติกส์ในขั้นตอนการเลือกยานพาหนะเดินทางสำหรับเขตเมืองเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชลิตา ผดุงมิตร. (2552). **ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทางเลือกรูปแบบการเดินทางระหว่างกรุงเทพมหานคร-เชียงใหม่**. เชียงใหม่ : สาขาวิชาบริหารธุรกิจระหว่างประเทศ โลจิสติกส์การขนส่ง คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐพงศ์ สันธิ. (2554). **การวิเคราะห์สัดส่วนผู้เดินทางโดยรถไฟความเร็วสูงระหว่างเชียงใหม่-กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมโยธา ภาควิชาวิศวกรรมโยธา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Farahbod, K., & Logan, L. (1991). A Conjoint Analysis Approach Service in a Motor Carrier Industry. *Logistics and Transportation Review*, 27(2), 185 – 195.

คำแนะนำ

คำแนะนำในการส่งรายงานการวิจัยหรือบทความวิชาการ เพื่อตีพิมพ์ในวารสาร โลจิสติกส์ และซัพพลายเชน

เพื่อให้การตีพิมพ์รายงานการวิจัย หรือบทความในวารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน เป็นไปด้วยความเรียบร้อย เป็นวารสารที่ได้มาตรฐานสากล บังเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง ทั้งผู้ส่งรายงาน การวิจัย หรือบทความวิชาการ เพื่อใช้เกิดประโยชน์จากผลงานการวิจัย หรือบทความวิชาการเหล่านั้น ทางกองบรรณาธิการจึงได้กำหนดหลักเกณฑ์ และคำแนะนำในการส่งรายงานการวิจัย หรือบทความ วิชาการ ลงในวารสาร ดังนี้

ส่วนหน้าแรก

1. ชื่อบทความ (Title) ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ควรเป็นชื่อสั้น กระชับ ได้ใจความตรงกับ วัตถุประสงค์ และเนื้อเรื่อง
2. ชื่อผู้เขียนทุกท่าน (Authors) เป็นภาษาไทย
3. ที่อยู่ อีเมลและโทรศัพท์ สำหรับการติดต่อ
4. ตัวเลขยก ให้เขียนไว้บนท้ายนามสกุลเพื่อระบุว่าเป็นผู้เขียนท่านใด
5. บทคัดย่อ (Abstract) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษควรครอบคลุมสาระของการศึกษาและไม่ควร เกินหนึ่งหน้า โดยเขียนเป็นร้อยแก้ว สรุปสาระสำคัญทั้งหมด
6. คำสำคัญ (Keywords) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรเลือกคำที่เกี่ยวข้องกับหัวข้อวิทยานิพนธ์ สามารถนำไปเป็นคำสืบค้นในฐานข้อมูล ประมาณ 3-5 คำ
7. บทความที่สรุปจากวิทยานิพนธ์ ดุษฎีนิพนธ์ ให้ใส่ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ต่อจากชื่อนักศึกษา และ สังกัดด้านล่างของคำสำคัญ (Keywords) และใส่เลขตัวยกไว้ด้านหน้าของสถานะอาจารย์

ส่วนเนื้อหา

1. บทนำ
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย
3. ขอบเขตของการวิจัย
4. กรอบแนวความคิด และสมมติฐานการวิจัย
5. การทบทวนวรรณกรรม
6. วิธีดำเนินการวิจัย (ระบุวิธีการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล และระยะเวลาในการเก็บข้อมูล)
7. ผลการวิจัย ควรเสนออย่างตรงประเด็นอาจมีรูปภาพ ตาราง มาประกอบเท่าที่จำเป็น
8. การสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ต้องเขียนให้ครอบคลุมผลการศึกษา
9. การอ้างอิง ในเนื้อหา (นาม-ปี) และเอกสารอ้างอิงท้ายเล่มเป็นระบบ APA.

รูปแบบการพิมพ์บทความ

ต้นฉบับเป็นภาษาไทยหรือภาษาอังกฤษ ใช้อักษรแบบ TH SarabunPSK ตลอดทั้งบทความ พิมพ์หน้าเดียวในกระดาษ A4 พิมพ์ห่างจากกรอบทุกด้าน 2.5 ซม. และใส่เลขกำกับหน้าด้านล่างกลางทุกหน้า ความยาวต้นฉบับไม่เกิน 12 หน้า

1. ชื่อบทความ ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 18 (ตัวหนา) กึ่งกลางหน้ากระดาษ
2. ชื่อผู้เขียน/ผู้วิจัยทุกท่าน หรือชื่อที่ปรึกษา ภาษาไทย ขนาดตัวอักษร 14 (หนา)
3. ชื่อบทคัดย่อภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16 (หนา) เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 (บาง)
4. ชื่อคำสำคัญ (Keywords) ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16 (หนา) เนื้อหาคำสำคัญขนาดตัวอักษร 16 (บาง)
5. ตำแหน่งสถานะ สังกัดของผู้วิจัยด้านล่างคำสำคัญ ภาษาไทย ขนาดตัวอักษร 14 (บาง)
6. ตัวเนื้อความทั้ง ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16 (บาง) ยกเว้นหัวข้อใช้ขนาดอักษรหนา
7. ชื่อเอกสารอ้างอิงภาษาไทย ขนาดตัวอักษร 16 (หนา) รายการอ้างอิง ภาษาไทย และภาษาอังกฤษขนาดตัวอักษร 16 (บาง)

หลักเกณฑ์การประเมินบทความ

กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้นที่ระบุไว้ หากไม่ตรงตามหลักเกณฑ์ที่ระบุไว้จะไม่ผ่านการพิจารณา และจะส่งผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาบทความ หากมีการแก้ไข จะส่งให้ผู้เขียนปรับ แก้ เพื่อความสมบูรณ์ของบทความ

หมายเหตุ : บทความที่เสร็จเรียบร้อยแล้วให้ส่งพร้อมกับแบบฟอร์มส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

ศาสตราจารย์ ดร.งามผ่อง คงคาทิพย์
 ศาสตราจารย์ ดร.ธวัชชัย ศุภดิษฐ์
 รองศาสตราจารย์ ดร.จุฑา เทียนไทย
 รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน
 รองศาสตราจารย์ ดร.วนิดา สัจโรจน์พันธ์
 รองศาสตราจารย์ ดร.สมเดช มุมเมือง
 รองศาสตราจารย์ ดร.นภาพร ชันธนาภา
 รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์
 รองศาสตราจารย์ ดร.วิรุฬห์รัตน์ ผลทวีโชติ
 รองศาสตราจารย์ ศิริโสภาค บุรพาเดชะ
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชลกาญจน์ วงศ์ก่อทรัพย์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิตาภรณ์ สิ้นจรวงศ์ศักดิ์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บัณฑิต ผังนิรันดร์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปราณี ตปนียรวงศ์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลห์ล่า ตริเอกานุกูล
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพจน์ อิงอาจ
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล รัตนไพจิตร
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลักขมี งามมีศรี
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฑารัตน์ ชมพันธุ์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดุขฎิ เจริญสุข
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์ ปฏิทัศน์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาเรียม นะมิ
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลลักษณ์ เสรีตระกูล
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวพร หวังพิพัฒน์วงศ์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
 มหาวิทยาลัยรามคำแหง
 มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
 มหาวิทยาลัยรามคำแหง
 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
 มหาวิทยาลัยรามคำแหง
 มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
 มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลพระนคร
 มหาวิทยาลัยศรีปทุม
 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
 มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
 มหาวิทยาลัยรามคำแหง
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลนครศรีธรรมราช
 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
 มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลพระนคร
 มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
 นักวิชาการอิสระ

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนงค์ รุ่งสุข
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นพรัตน์ ภูมิวิมลสาร
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เอกณรงค์ วรสีหะ
 อาจารย์ ดร.วิจิตรา ศรีสอน
 อาจารย์ ดร.จำเนียร ชุนทโสภาค
 อาจารย์ ดร.วรกร แซ่มเมืองปักษ์
 อาจารย์ ดร.วิภาดา สุทธิธรรม
 อาจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย
 อาจารย์ ดร.เพชรรัตน์ วิริยะสัพพงค์
 อาจารย์ ดร.สุรพล ผดุงทน
 ดร.ชิตวร ลีละผลิน
 ดร.วิชณุ สถานนท์ชัย
 ดร.สุกฤษฎ์ ลิ้มโพธิ์ทอง
 ดร.ธีรพร วัฒนกุล
 ดร.สมศักดิ์ ไตรรักษา
 ดร.อำนวยการ บัญญัตินโมตรี
 อาจารย์ ธันย์ ชัยทร
 อาจารย์ ศุภมิตร ศรีสวัสดิ์
 อาจารย์ วิริยา บุญมาเลิศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
 มหาวิทยาลัยรามคำแหง
 มหาวิทยาลัยศรีปทุม
 มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอุบลราชธานี
 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
 มหาวิทยาลัยบูรพา
 มหาวิทยาลัยขอนแก่น
 มหาวิทยาลัยสยาม
 นักวิชาการอิสระ
 นักวิชาการอิสระ
 นักวิชาการอิสระ
 นักวิชาการอิสระ
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
 มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

แบบฟอร์มส่งบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ใน
วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail : Logisticjournal2016@gmail.com

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย).....

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ).....

ชื่อผู้เขียน (ภาษาไทย) (นาย/นางสาว/นาง).....

ที่อยู่ติดต่อได้สะดวก

เลขที่.....ถนน.....แขวง/ตำบล.....

เขต/อำเภอ.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....

โทรศัพท์.....โทรศัพท์มือถือ.....โทรสาร.....

E-mail:.....

☐ ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้เป็นผลงานของข้าพเจ้าแต่เพียงผู้เดียว

☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ร่วมงานตามชื่อที่ระบุ ดังนี้

ผู้ร่วมที่ 1 (ภาษาไทย) (นาย/นางสาว/นาง).....

เลขที่.....ถนน.....แขวง/ตำบล.....

เขต/อำเภอ.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....

โทรศัพท์.....โทรศัพท์มือถือ.....โทรสาร.....

E-mail:.....

ผู้ร่วมที่ 2 (ภาษาไทย) (นาย/นางสาว/นาง).....

เลขที่.....ถนน.....แขวง/ตำบล.....

เขต/อำเภอ.....จังหวัด.....รหัสไปรษณีย์.....

โทรศัพท์.....โทรศัพท์มือถือ.....โทรสาร.....

E-mail:.....

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน

ลงชื่อ.....

(.....)

ใบสมัครสมาชิกวารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

1. ข้าพเจ้า (นาย. นาง. นางสาว. ยศ)..... นามสกุล.....

☐ ขอสมัครเป็นสมาชิกวารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

☐ ขอต่ออายุสมาชิกวารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน

2. สมัครในนาม ☐ หน่วยงาน ชื่อหน่วยงาน

ชื่อผู้ติดต่อ..... นามสกุล.....

3. ที่อยู่ในการจัดการส่งวารสาร

เลขที่..... หมู่ที่..... อาคาร..... ชั้นที่.....

กอง/ส่วน/สำนัก..... ถนน..... หมู่บ้าน.....

ซอย..... แขวง/ตำบล..... เขต/อำเภอ.....

จังหวัด รหัสไปรษณีย์

โทรศัพท์ โทรสาร e-mail

4. อัตราค่าสมัครสมาชิก วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ขอสมัครสมาชิก วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน เป็นรายปี

☐ 1 ปี (2 ฉบับ) จำนวนเงิน 300 บาท (ฉบับละ 150 บาท)

☐ 2 ปี (4 ฉบับ) จำนวนเงิน 600 บาท (ฉบับละ 150 บาท)

ทั้งนี้ตั้งแต่ปีที่.....ฉบับที่.....เดือน.....พ.ศ.....เป็นต้นไป

☐ โดยชำระค่าสมาชิกเป็นเงินสด

☐ โอนธนาคารกรุงเทพ สาขา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา ชื่อบัญชี วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์
และซัพพลายเชน เลขที่บัญชี 074-7-38172-1

ลงชื่อ.....ผู้สมัคร

(.....)

วันที่.....

ได้รับเงินค่าสมาชิกวารสารแล้ว

ลงชื่อ.....บรรณาธิการ

(วันที่.....)