

วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
Journal of Nakhonratchasima College (Humanities and Social Sciences)

ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม 2563

ISSN 2697-5092 (Online)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่บทความวิจัย บทความวิชาการ บทความหนังสือ ตลอดจนบทความปริทัศน์
ที่มีคุณภาพของคณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา
2. เพื่อส่งเสริมและกระตุ้นให้เกิดการเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการสู่สาธารณชน

กำหนดออกวารสาร ทุก 4 เดือน (ปีละ 3 ฉบับ)

ฉบับที่ 1 มกราคม – เมษายน

ฉบับที่ 2 พฤษภาคม – สิงหาคม

ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม

เจ้าของวารสาร

วิทยาลัยนครราชสีมา

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สำราญ บุญเจริญ

รวบรวม ตรวจทาน จัดทำรูปเล่ม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สำราญ บุญเจริญ

นางสาวจิฎติภักษ์ ศรีสุรธีกุล

นางสาวสุศวรรณ์ แสงโชติ

ออกแบบปก

นางสาวจิฎติภักษ์ ศรีสุรธีกุล

สำนักงาน

กองบรรณาธิการวารสาร (สำนักวิจัยและพัฒนา)

วิทยาลัยนครราชสีมา ที่อยู่ 290 หมู่ที่ 2 ถ.มิตรภาพ ต.บ้านใหม่ อ.เมือง จ.นครราชสีมา 30000

เว็บไซต์วารสาร

<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/hsjournalnmc>

บทความทุกเรื่องได้รับการตรวจสอบทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญ
ข้อความที่ปรากฏในบทความของวารสารนี้เป็นความคิดเห็นของผู้เขียน ซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับวิทยาลัย
นครราชสีมาแต่อย่างใด และกองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาและตรวจประเมินบทความเพื่อ
ตีพิมพ์ในวารสารของวิทยาลัยนครราชสีมา

วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) เป็นวารสารวิชาการที่จัดอยู่ใน
ฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีอ้างอิงวารสารไทย (TCI) กลุ่ม 2 พ.ศ.2563 – 2567

รายนามที่ปรึกษา

อาจารย์ ดร.ชนากานต์ ยืนยง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไตรรัตน์ ยืนยง
รองศาสตราจารย์ ดร.วิภาส ทองสุทธิ

หัวหน้ากองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สำราญ บุญเจริญ วิทยาลัยนครราชสีมา

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.ทินพันธุ์ นาคะตะ	นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.กรรองทิพย์ นาครวิเชตร	วิทยาลัยนครราชสีมา
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ธนาธารชูโชติ	มหาวิทยาลัยปทุมธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.ยาใจ พงษ์บริบูรณ์	มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
รองศาสตราจารย์ ดร.วิภาส ทองสุทธิ	วิทยาลัยนครราชสีมา
รองศาสตราจารย์บัญชา วิทยอนันต์	วิทยาลัยนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คงศักดิ์ สังฆมานนท์	วิทยาลัยนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชูชีพ เปี้ยคนอก	มหาวิทยาลัยปทุมธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติรัตน์ มีมาก	สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วราภรณ์ ไทยมา	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สายสุนีย์ เต็มสินสุข	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิรินี ว่องวิไลรัตน์	วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสวียน เจนเขว่า	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรณิษฐา ทศตา	วิทยาลัยนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตใส คล่องพยาบาล	นักวิชาการอิสระ (ข้าราชการบำนาญ)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัฒนศิณ สำเร็จรัมย์	วิทยาลัยนครราชสีมา
อาจารย์ ดร.ปรียาณัฐ เลี้ยวศิริเมธี	วิทยาลัยนครราชสีมา
อาจารย์ ดร.ภิญญดา รื่นสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
	วิทยาเขตवासูกรี

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจบทความ

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวัฒน์ สิริพรวุฒิ	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ธนาธารชูโชติ	มหาวิทยาลัยปทุมธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.พฤทธ์สรศักดิ์ สุทธิไชยเมธี	มหาวิทยาลัยพิษณุโลก
รองศาสตราจารย์ ดร.ยาใจ พงษ์บริบูรณ์	มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
รองศาสตราจารย์ ดร.ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ
รองศาสตราจารย์ ดร.วิทยา ชินบุตร	มหาวิทยาลัยปทุมธานี
พอ.(พิเศษ) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พินัย วิถีสวัสดิ์	สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกอร บุญมี	มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราภรณ์ ชันทอง	มหาวิทยาลัยปทุมธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฑาทิพย์ สุทธิเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรชัย อินทสังข์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนาธิป พรกุล	มหาวิทยาลัยปทุมธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา วรรัตน์ชัย	วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน
	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพสิน นุกุลกิจ	มหาวิทยาลัยปทุมธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณณี ตรีทองพานิชย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สำราญ บุญเจริญ	วิทยาลัยนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรณิชา ทศดา	วิทยาลัยนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นพปฎล ธาระวานิช	วิทยาลัยการท่องเที่ยวและการบริการ
	มหาวิทยาลัยรังสิต
อาจารย์ ดร.ปรัชชัย บุญแซม	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
อาจารย์ ดร.สุวรรณ เดชน้อย	วิทยาลัยนครราชสีมา

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ฉบับนี้เป็นฉบับที่ 2 ประจำเดือนพฤษภาคม – สิงหาคม พ.ศ. 2563 ของปีที่ 14 ในฉบับนี้ประกอบด้วยบทความวิจัย จำนวน 16 เรื่อง และบทความวิชาการ 2 เรื่อง สำหรับสาขาของบทความในฉบับนี้ จะประกอบด้วย บทความวิจัยและบทความวิชาการในสาขารัฐประศาสนศาสตร์ สาขาการจัดการ การท่องเที่ยว การตลาดและการตลาดออนไลน์ การขนส่งโลจิสติกส์ ตลอดจน การประเมินผลและการเรียนการสอน โดยภาพรวมแล้วคาดหวังว่าผู้อ่านจะได้รับความรู้เพิ่มขึ้นจากสิ่งที่ค้นพบในบทความวิจัยและได้รับความรู้ทางวิชาการและประสบการณ์จากผู้เขียนในบทความวิชาการที่ตีพิมพ์ในวารสารฉบับนี้

ในนามของวิทยาลัยนครราชสีมา ขอขอบคุณอาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาทุกท่าน ที่ให้ความสนใจต่อวารสารวิชาการของวิทยาลัยนครราชสีมา โดยส่งบทความวิจัยและบทความวิชาการมาตีพิมพ์เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางวิชาการให้กับสังคมและประเทศชาติ สิ่งที่ค้นพบจากงานวิจัย สามารถนำไปประยุกต์ได้ตามความเหมาะสมของบริบทปัญหาหรือเหตุการณ์ที่เผชิญหน้า

สุดท้ายขอขอบคุณผู้รับใบอนุญาตวิทยาลัยนครราชสีมา (อาจารย์ ดร.ชนากานต์ ยืนยง) และอธิการบดีวิทยาลัยนครราชสีมา (รองศาสตราจารย์ ดร.วิภาส ทองสุทธิ) ที่ส่งเสริมและสนับสนุนให้วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ประสบความสำเร็จมาจนถึงทุกวันนี้ สำหรับท่านที่สนใจจะนำบทความวิจัยและบทความวิชาการมาตีพิมพ์เผยแพร่ให้ติดต่อกับกองบรรณาธิการตามที่อยู่ในเล่มวารสาร ขอขอบคุณครับ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สำราญ บุญเจริญ
บรรณาธิการ

บทความวิจัย	หน้า
<ul style="list-style-type: none"> ● หลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดนครราชสีมา <i>สมเกียรติ พยัคฆ์กุล</i> 	1
<ul style="list-style-type: none"> ● กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อ ผลความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหาร กรณีศึกษา : จังหวัดขอนแก่น <i>รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, ธนะรัชต์ งามโพธิ์, คุณาพร โฉมจิตร, สาลินี ชัยวัฒน์พร, เบญญา กันทะวงศ์วาร, สุธีมนต์ ทรงศิริโรจน์</i> 	16
<ul style="list-style-type: none"> ● การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร <i>นวิญญา วโรทัย, ชาญชัย บัญชาพัฒนศักดิ์</i> 	31
<ul style="list-style-type: none"> ● ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming ของ กลุ่ม Gen X และ Y <i>สถาพร สุขศรีวรรณ, รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ</i> 	45
<ul style="list-style-type: none"> ● การพัฒนาหลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง สมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 <i>ปจรรย์นัฐ ท่าจันทร์, ดวงจันทร์ เดี่ยววิไล</i> 	57
<ul style="list-style-type: none"> ● แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนตำบลใหม่พัฒนา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง <i>กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย, กิตต์กวีณเดชน์ วงศ์หมั่น, ปุณทริกา ปิ่นพันธ์</i> 	69
<ul style="list-style-type: none"> ● ความคิดเห็นต่อคุณลักษณะนักศึกษาสาขาการจัดการโรงแรม ต่อการฝึกสหกิจศึกษาในแผนกครัว <i>ฐาณพัสซ์ จิตภักดีภรรัชต์, พรนภา ธนโพธิวิรัตน์, สรณสิริ รวีโรจน์วรกุล</i> 	84

	หน้า
<ul style="list-style-type: none"> ● ปัจจัยเชิงสาเหตุของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงภาพยนตร์ในยุคดิจิทัล ก่องกาญจน์ กาญจนชุมพล, รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ 	98
<ul style="list-style-type: none"> ● การศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร สิทธิชัย โจมสว่าง, รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ 	110
<ul style="list-style-type: none"> ● การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรและความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทีไอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กัญญรัตน์ คงมัน, ภิญญาดา รื่นสุข 	124
<ul style="list-style-type: none"> ● การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ของกลุ่ม Gen X และ Gen Y ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ ณิชาภา ใจซื่อ, รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ 	139
<ul style="list-style-type: none"> ● กลยุทธ์และตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย ธวีต อินทกุล, เฟื่องฟ้า อัมพรสถิต 	151
<ul style="list-style-type: none"> ● คุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุดจิกอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา สุวรรณ เดชน้อย, นฤชล ธนจิตชัย, ดิเรก แสสนธิ์, ปรียานัฐ เอื้อปศิริเมธี ปริญญา โกวิทย์วิวัฒน์ 	166
<ul style="list-style-type: none"> ● การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของประชาชนในเขตเทศบาล อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี นงลักษณ์ เข็มทอง 	181

- การหาปกติวิสัยของแบบวัดบุคลิกภาพด้านมิติสามองค์ประกอบฉบับภาษาไทย (SD3-TH) ในกลุ่มวัยรุ่น
พีรพันธ์ เทพประสิทธิ์, อัครวิน เสนีชัย 196
- การพัฒนาศักยภาพครูด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาสำหรับครูระดับ
ประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
อรณิชา ทศตา 206

บทความวิชาการ

- การจัดการเรียนการสอนภาคทฤษฎีสู่ภาคปฏิบัติสำหรับนักศึกษาพยาบาล Gen Z
ยุพาพร หอมสมบัติ, ลออวรรณ อึ้งสกุล 219
- ธรรมชาติของแนวโน้มใหม่กับการบริหารภาครัฐของไทย
ศิริวิดี วิวิธคุณากร, ลัญญา เคนาภูมิ 230

คำแนะนำในการเขียนและส่งต้นฉบับ

แบบเสนอบทความเพื่อตีพิมพ์

หลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดนครราชสีมา

Good Governance Principles Affecting Organizational Effectiveness of Local Administration organizations in Nakhon Ratchasima Province

สมเกียรติ พยัคฆ์กุล¹

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา 2) ศึกษาระดับประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา และ 3) ศึกษาหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา โดยการผสมผสานวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ นายกเทศมนตรี สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้ทรงคุณวุฒิด้านประสิทธิผลขององค์กร จำนวน 9 ท่าน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ 1) แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา และเชิงปริมาณ ประชากร คือ นายกเทศมนตรีเทศบาล และนายกองค์การบริหารส่วนตำบลในจังหวัดนครราชสีมา ปี 2562 จำนวน 334 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ นายกเทศมนตรี ในจังหวัดนครราชสีมา จำนวน 90 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า

1. ระดับหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ หลักนิติธรรม หลักการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และหลักความโปร่งใส
2. ระดับประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติราชการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านการพัฒนาองค์กร และด้านประสิทธิผลตามแผนปฏิบัติราชการ

¹ นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยปทุมธานี E-Mail: krunam@windowslive.com

3. หลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรพยากรณ์หลักธรรมาภิบาลสามารถพยากรณ์ประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ร้อยละ 76.50

คำสำคัญ : ธรรมาภิบาล ประสิทธิภาพ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the level of good governance of local government organizations in Nakhon Ratchasima province, 2) to study the level of effectiveness of local government organizations in Nakhon Ratchasima province, and 3) to study the good governance affecting effectiveness of local government organizations in Nakhon Ratchasima province by used mixed methodologies of quatitative and qualitative research. Kea informants were an executives selected of 9 Presidents of Sub-district Administration Organization. Related of effectiveness the research instrument was focus group discussion data were analyzed by content analysis. And in quatitative research population were 334 Municipal mayors and Presidents of Sub-district Administration Organization, sample size 90, purposive sampling method. The research instrument was questionnaire. The data were analyzed by using computer software package. The statistics used in data analysis were frequency distribution, percentage, mean, standard deviation and multiple regression.

The results were as follows :

1. The good governance level of local government organizations in Nakhon Ratchasima province at a high level. When considered each aspect, there aspects were at most level included rule of law, human resource development and transparency.

2. The effectiveness level of local government organizations in Nakhon Ratchasima province at a high level included the efficiency of government services, quality service to the people, development organization and the efficiency of the plan. When considered the effect of good governance to the effectiveness of Local Administration organizations, found that.

3. The effect of good governance to the effectiveness of the local administration organizations was statistically significance at .01, and could predict the effectiveness of the local administration organizations at 76.50 percent.

Keywords : Good Governance, Effectiveness, Local Administration organizations

บทนำ

ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก ซึ่งเป็นไปอย่างรวดเร็ว ความเจริญทางเทคโนโลยีที่รุดหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง มีผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองของประเทศต่างๆ ทั่วโลก นับเป็นบทเรียนที่สำคัญที่บ่งบอกให้รู้ว่าเมื่อใดที่ประเทศไม่มีการเตรียมความพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ปัญหาต่างๆ ย่อมเกิดขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (วิภาส ทองสุทธิ : 2558) ในระบบการปกครองของทุกประเทศต้องการที่จะให้มีความมั่นคงและประชาชนมีความสุข แต่เดิมการปกครองส่วนใหญ่มีพลเมืองจำนวนน้อย และกิจกรรมที่รัฐบาลต้องสนองต่อความต้องการของประชาชนยังมีไม่มาก ต่อมา เมื่อประเทศมีการพัฒนามากขึ้น พลเมืองมีจำนวนมากขึ้น ภารกิจที่รัฐต้องรับผิดชอบมากขึ้น ในขณะที่ศักยภาพของรัฐบาลในการตอบสนอง ดังนั้น แนวความคิดในการกระจายอำนาจ การบริหารการปกครองให้ประชาชนในท้องถิ่นจึงเกิดขึ้นเพื่อเป็นการแบ่งเบาภาระหน้าที่ของรัฐบาล (ชวงค์ ฉายะบุตร : 2542)

การกระจายอำนาจของประเทศไทย รัฐบาลกระจายอำนาจ ให้แก่ หน่วยการปกครองท้องถิ่น ให้มีอำนาจในการบริหารและตัดสินใจเกี่ยวกับการบริการสาธารณะ ได้กระจายอำนาจ 2 ประเภท คือ

1. การปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบทั่วไป ประกอบไปด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล องค์การบริหารส่วนตำบล

2. การปกครองท้องถิ่นรูปแบบพิเศษ ประกอบไปด้วย กรุงเทพมหานคร และเมืองพัทยา

รัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญในการบริหารงานของท้องถิ่น โดยนำหลักการมาภิบาลมาใช้ในการบริหารงาน โดยวางรากฐานแนวคิดนี้ไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 นอกจากนี้ได้มีการกำหนดหลักการสำคัญของการบริหารจัดการที่ดีไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติไว้เพื่อเป็นการกำหนดนโยบายด้านการบริหารจัดการที่ดีอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 ได้มีแนวทางการสร้างระบบบริหารจัดการที่ดี เพื่อสร้างการบริหารจัดการที่ดีในยุทธศาสตร์การพัฒนาประชาธิปไตย แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 มีการกำหนดวัตถุประสงค์ด้านการบริหารจัดการที่ดี เพื่อให้การบริหารจัดการที่ดีในสังคมไทยทุกระดับ เป็นพื้นฐานในการพัฒนาประเทศเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ได้กำหนดพันธกิจด้าน

ธรรมาภิบาลไว้ว่า “พัฒนาระบบบริหารจัดการประเทศให้เกิดธรรมาภิบาลภายใต้ระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข (สมคิด เลิศไพฑูรย์ : 2545)

พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ.2545 โดยเป้าหมายสุดท้ายคือ การบริการประชาชน เพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุด โดยใช้ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วย การบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ.2542 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตามเจตนารมณ์ของรัฐบาล คือ การกระจายอำนาจในการสนองความเป็นอยู่ของประชาชนที่ดีขึ้น ดังนั้น รัฐบาลจึงมีแนวนโยบายให้ส่วนราชการและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการบริหารจัดการที่ดี ซึ่งประกอบไปด้วย หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักความพร้อมรับผิด หลักความคุ้มค่า หลักการมีส่วนร่วม หลักการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หลักองค์กรแห่งการเรียนรู้ หลักการบริหารจัดการ และหลักเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยมุ่งสร้างองค์กรให้เป็นไปตามหลักประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยประชาชนเป็นเป้าหมายสูงสุดในการให้บริการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (ถวิลวดี บุรีกุล และวันชัย วัฒนศัพท์: 2549)

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกแห่งต่างยึดหลักธรรมาภิบาล เป็นแนวทางการบริหารงานยึดหลักธรรมาภิบาล เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กร โดยประสิทธิผลขององค์กรเป็นประสิทธิผลการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ตามสำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาระบบราชการ (ก.พ.ร.) ประกอบด้วย มาตรฐานทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านประสิทธิผลตามแผนปฏิบัติราชการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านประสิทธิภาพของการปฏิบัติราชการ และด้านพัฒนาองค์กร (จิตติ กิตติเลิศไพศาล : 2550)

จากประสบการณ์การทำงานของผู้ศึกษา พบว่า ปัญหาอุปสรรคในส่วนที่เกี่ยวข้องกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสรุปได้เป็น 5 ประเด็น ดังนี้ 1) ปัญหาด้านบุคลากร ที่ไม่เพียงพอ มีจำนวนจำกัด ไม่มีบุคลากรที่ดูแลงานด้านนั้นๆโดยตรง ส่วนใหญ่ใช้วิธีมอบหมายงานให้กับบุคลากรคนใดคนหนึ่ง ปัญหาด้านการเปลี่ยนแปลงบุคลากร มีการปรับเปลี่ยนบุคลากรอยู่ตลอดเวลา 2) ปัญหาด้านโครงสร้างองค์กรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดสรรงบประมาณ บุคลากร และทรัพยากรอื่นๆ เป็นการจัดสรรตามหน่วยงาน ไม่ทราบบทบาทหน้าที่ และการกำหนดอัตรากำลังจึงเป็นไปในลักษณะของการดำเนินงานในเชิงของการตั้งรับมากกว่าเชิงรุก 3) ปัญหาด้านผู้บริหาร เนื่องจากภารกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีมากมาย โดยเฉพาะภารกิจในการให้บริการประชาชน หากผู้บริหารมองว่าบางงานเป็นงานที่ก่อให้เกิดการลิดรอนสิทธิของประชาชน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อฐานเสียง ผู้บริหารบางส่วนใช้อำนาจเป็นเครื่องมือในการหาประโยชน์ให้กับตัวเอง โดยพยายามกำหนดสิทธิ์การใช้ประโยชน์กับผลประโยชน์ตัวเอง 4) ปัญหาด้านเทคโนโลยี ไม่ว่าจะมีความรู้ หรือเครื่องมือมีน้อย 5) ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับประชาชน ไม่เข้าใจในความสำคัญของการดำเนินงานด้านต่างๆ ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกว่าถูกลิดรอนสิทธิเหมือนกับทัศนคติของผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ฉะนั้น ประการสำคัญ บุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ต้องมีการบริหาร

ราชการโดยยึดการปฏิบัติราชการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารงาน จึงจะทำให้การบริหารงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทยทุกพื้นที่หมดปัญหาต่างๆ (สำนักงานเทศบาลตำบลห่มสี : 2561)

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมา จึงจำเป็นต้องนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารงาน ราชการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ดีขึ้นพัฒนาขึ้น ดังนั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยเฉพาะผู้บริหารท้องถิ่นที่ปฏิบัติราชการในเทศบาลทุกพื้นที่ของประเทศไทยจะต้องตระหนักถึงหลักที่สำคัญ คือ ธรรมาภิบาล ประกอบด้วย ด้านนิติธรรม ด้านคุณธรรม ด้านความโปร่งใส ด้านหลักการมีส่วนร่วม ด้านความพร้อมรับผิด ด้านหลักความคุ้มค่า ด้านหลักองค์กรแห่งการเรียนรู้ ด้านหลักบริหารจัดการ ด้านหลักการพัฒนารัพยากรมนุษย์ และด้านหลักเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนด้านประสิทธิผลองค์กร ประกอบด้วย ด้านประสิทธิผลตามแผนปฏิบัติราชการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านประสิทธิภาพการปฏิบัติราชการและด้านการพัฒนาองค์กร สิ่งเหล่านี้ต้องมีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกันก็จะทำให้เทศบาลเกิดการพัฒนาเข้มแข็งในชุมชนท้องถิ่นส่งผลต่อการพัฒนาประเทศไทยอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานการวิจัย

1. หลักธรรมาภิบาล ด้านนิติธรรมส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา
2. หลักธรรมาภิบาล ด้านคุณธรรมส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา
3. หลักธรรมาภิบาล ด้านความโปร่งใสส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา
4. หลักธรรมาภิบาล ด้านการมีส่วนร่วมส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา
5. หลักธรรมาภิบาล ด้านความพร้อมรับผิดส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา
6. หลักธรรมาภิบาล ด้านความคุ้มค่าส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา

7. หลักสูตรมาภิบาล ด้านองค์กรแห่งการเรียนรู้ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา

8. หลักสูตรมาภิบาล ด้านบริหารจัดการส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา

9. หลักสูตรมาภิบาล ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา

10. หลักสูตรมาภิบาล ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหาของธรรมาภิบาล ผู้วิจัยได้ยึดหลักการ แนวคิด ทฤษฎีจากนักวิชาการทั้งในประเทศและต่างประเทศแล้วนำมาสังเคราะห์ได้ทั้งหมด 10 องค์ประกอบ ได้แก่ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักความพร้อมรับผิด หลักความคุ้มค่า หลักองค์กรแห่งการเรียนรู้ หลักการบริหารจัดการ หลักการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และหลักเทคโนโลยีสารสนเทศ

2. ขอบเขตเกี่ยวกับประสิทธิผลองค์การประกอบด้วย 4 องค์ประกอบได้แก่ ด้านประสิทธิผลตามแผนปฏิบัติราชการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านประสิทธิภาพการปฏิบัติราชการและด้านการพัฒนาองค์การ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน

ประชากร คือ นายกเทศมนตรี นายกองค์การบริหารส่วนตำบล สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมาปี 2562 จำนวนทั้งสิ้น 334 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นายกเทศมนตรี สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมาปี 2562 สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีเจาะจง ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 90 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ มี 2 ชุด ได้แก่

1) แบบสอบถามหลักสูตรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา

2) แบบบันทึกการสนทนากลุ่มหลักสูตรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในจังหวัดนครราชสีมา

การหาคุณภาพของเครื่องมือ มีขั้นตอน ดังนี้

1) การวิจัยเชิงปริมาณ การหาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อให้วัดได้ตรงตามเรื่องที่ศึกษา จากนั้นดำเนินการปรับปรุงให้ถูกต้องตามคำแนะนำ นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Index of Item Objective Congruence : IOC) ของข้อคำถามและจุดประสงค์ในการวิจัย นำแบบสอบถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องผ่านเกณฑ์แล้วไปทดลองใช้ (try out) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบาร์ค

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ สรุปลงค์ประกอบหลักธรรมาภิบาลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ มาเป็นประเด็นในการจัดสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) นำหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา มาสร้างข้อคำถามเพื่อนำเสนอในการสนทนากลุ่ม นำข้อคำถาม เสนอประธานคณะกรรมการและกรรมการควบคุมคุณภาพนิพนธ์ ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถาม หลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา 90 แห่ง

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสนทนากลุ่ม ผู้ทรงคุณวุฒิ นายกเทศมนตรี สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และผู้ทรงคุณวุฒิด้านประสิทธิผลขององค์กร จำนวน 9 ท่าน

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2) สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

1. ระดับหลักธรรมาภิบาล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ หลักนิติธรรม หลักการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และหลักความโปร่งใส

2. ระดับประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย ได้แก่ ด้านประสิทธิผลของการปฏิบัติราชการ ด้านคุณภาพการให้บริการ ด้านการพัฒนาองค์กร และด้านประสิทธิผลของการปฏิบัติราชการ

3. หลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยตัวแปรพยากรณ์หลักธรรมาภิบาลสามารถพยากรณ์ประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้ร้อยละ 76.50

อภิปรายผลการวิจัย

1. เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า หลักธรรมาภิบาลส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สอดคล้องกับการศึกษา ของ ทยดา ยันตะบุษย์ (2553: 1- 13) ที่พบว่า ปัจจัยด้านหลักธรรมาภิบาลส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์การบริหารส่วนตำบลอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ รัชดากร ทมิณเหมย (2557: 149) ที่พบว่า หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักการมีส่วนร่วม หลักความรับผิดชอบ และหลักความคุ้มค่า ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์การบริหารส่วน ตำบลในเขตจังหวัดน่าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ สมชาย น้อยฉ่ำ (2559 : 38) พบว่า หลักธรรมาภิบาลส่งผลต่อประสิทธิผลในการบริหารงานตามหลักการประเมินแห่งดุลยภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ อุทัย จันทรรัตน์กานต์ (2560: 119) ที่พบว่า หลักธรรมาภิบาลส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลของเทศบาลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับ กิตติ์รวี เลชะกุล (2561 : 3 - 4) ที่ศึกษาธรรมาภิบาล วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิผลองค์กรของเทศบาลในเขตภาคใต้ของประเทศไทย ปัจจัยด้านธรรมาภิบาลและวัฒนธรรมองค์การมีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลขององค์กรของเทศบาลในเขตภาคใต้ของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนธรรมาภิบาลด้านหลักการบริหารจัดการส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรของเทศบาลในเขตภาคใต้ของประเทศไทย อย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถอธิบายประสิทธิผลขององค์กรของเทศบาลในเขตภาคใต้ของประเทศไทยได้ร้อยละ 56.80 ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากธรรมาภิบาลคือหลักการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดี เป็นแนวทางในการปฏิบัติราชการ เพื่อให้การจัดทำและการให้บริการสาธารณะเป็นไปอย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน สอดคล้องกับ เกษม วัฒนชัย (2546 : 23) ที่กล่าวว่า ธรรมาภิบาล เป็นการปฏิบัติที่ดี การดูแลอย่างดี เพื่อประกันว่าองค์กรจะไม่มีฉ้อราษฎร์บังหลวงไม่ด้อยประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ สุวิทย์ ทองสันทัด (2550 : 22) ที่กล่าวว่า ธรรมาภิบาลคือกติกา หรือกฎเกณฑ์ที่เหมาะสม เป็นธรรมในการบริหารจัดการที่ดี มีการผสมผสานผลประโยชน์ที่หลากหลาย ทำให้บุคลากรหรือสถาบันมีผลประโยชน์ร่วมกันและสามารถตอบสนองความต้องการของคนที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับบวรศักดิ์ อุวรรณโณ (2544: 30) ที่กล่าวว่า การสร้างธรรมาภิบาลให้เกิดขึ้นในทุกระดับจะทำให้เกิดการพัฒนายั่งยืน โดยมีคนเป็นศูนย์กลางที่แท้จริง ทำให้สังคมไทยเป็นสังคมเสถียรภาพ สอดคล้องกับ บุษบง ชัยเจริญวัฒนะ และบุญมี ลี (2544 : 82) ที่กล่าวว่าหากมีการนำแนวคิดธรรมาภิบาลไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจังจะทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการ ตัดสินใจ มีการตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลโดยประชาชนและองค์กรที่เกี่ยวข้องและระบบบริหารของรัฐบาล มีความยุติธรรมและเป็นที่น่าเชื่อถือทั้งในและต่างประเทศอีกทั้งนำไปสู่การลดการทุจริตซึ่งเป็นปัญหาเรื้อรังของบ้านเมืองได้

2. หลักธรรมาภิบาล ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ส่งผลต่อประสิทธิผลของเทศบาลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจเนื่องมาจากเทศบาลเป็นหน่วยงานที่มีภารกิจหน้าที่มากมายตาม

พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542 เช่นภารกิจด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิต ด้านการจัดระเบียบชุมชน สังคม และการรักษาความสงบเรียบร้อย ด้านการวางแผน การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรม และการท่องเที่ยว ด้านการบริหารจัดการและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านการศาสนา ศิลปวัฒนธรรม จารีต ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการบริหารจัดการและสนับสนุนการปฏิบัติภารกิจของส่วนราชการ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งภารกิจดังกล่าวเป็นภารกิจที่ต้องดูแลความเป็นอยู่ของประชาชนแทนรัฐบาล เพราะเทศบาลเป็นหน่วยงานที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด การแก้ปัญหาต่างๆจึงต้องรวดเร็ว ฉับไว เทคโนโลยีสารสนเทศจึงมีบทบาทสำคัญในการติดต่อสื่อสารและการบริหารจัดการข้อมูล เพื่อเป็นส่วนสำคัญให้การปฏิบัติภารกิจของเทศบาลมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ จำนง ภูมิพันธ์ (2533: 47) กล่าวว่า เทคโนโลยีสารสนเทศถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญต่อความสำเร็จของกิจกรรมหลายประเภทมีผลกระทบต่อความสำเร็จของการดำเนินงานขององค์กรเป็นอย่างมาก จึงต้องมีวิธีการที่เหมาะสมสำหรับการจัดทำระบบสารสนเทศและการใช้เทคโนโลยีเกี่ยวข้อง เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์เพื่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ผู้บริหารควรมีความรู้ ความเข้าใจเรื่องเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อจะได้มีส่วนร่วมและสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศให้ได้ประโยชน์ สอดคล้องกับ สุนทร แก้วลาย (2539 : 166) ที่กล่าวว่า เทคโนโลยีช่วยในการจัดระบบข่าวสารจำนวนมหาศาลของแต่ละวัน ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสารสนเทศ ช่วยให้สามารถเก็บสารสนเทศไว้ในรูปที่สามารถเรียกใช้ได้ทุกครั้งอย่างสะดวกช่วยให้สามารถจัดระบบอัตโนมัติ เพื่อการจัดเก็บประมวลผล และเรียกใช้สารสนเทศ ช่วยในการเข้าถึงสารสนเทศได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพมากขึ้นช่วยในการสื่อสารระหว่างกันได้อย่างสะดวก รวดเร็ว ลดอุปสรรคเกี่ยวกับเวลาและระยะทาง โดยการใช้ระบบโทรศัพท์และอื่นๆ จากผลการวิจัยและความสำคัญของเทคโนโลยีที่นักวิชาการกล่าวไว้ จึงทำให้เทคโนโลยีสารสนเทศส่งผลต่อประสิทธิภาพขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในจังหวัดนครราชสีมา

3. หลักธรรมาภิบาล ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ส่งผลต่อประสิทธิภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจเนื่องมาจาก การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการเสริมสร้าง ป้องกันและแก้ไขทักษะความรู้และจิตลักษณะของบุคคลหรือกลุ่ม เพื่อให้มีความรู้ความสามารถ มีพฤติกรรมและการปฏิบัติตนอย่างเหมาะสมกับวัยและสภาพแวดล้อมเพื่อเป็นทรัพยากรที่มีค่าอย่างแท้จริงขององค์กร สอดคล้องกับ ชาญชัย อาจินสมาจาร (2549 :17) ที่กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์คืองานอันดับหนึ่งขององค์กร การอยู่รอดและความเจริญเติบโตขององค์กรขึ้นอยู่กับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพราะถ้าได้รับการพัฒนาจะเกิดประโยชน์ต่อตัวผู้นั้นเอง และนำความรู้ที่ได้รับมาช่วยให้เกิดการเจริญเติบโตขององค์กร สอดคล้องกับ Armstrong (1994: 13) ที่กล่าวว่า การบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นการจัดการเชิงกลยุทธ์เกี่ยวกับทรัพยากรที่มีค่าที่สุดขององค์กร ซึ่งหมายถึงการปฏิบัติงานอุทิศเพื่อความสำเร็จอย่างยั่งยืนตามวัตถุประสงค์ขององค์กร จากแนวคิดดังกล่าว หากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ให้มีความรู้ความสามารถ ย่อมส่งผลต่อการพัฒนา

งานให้ก้าวหน้าอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นหน่วยงานที่อยู่ใกล้ประชาชนมากที่สุด มีภารกิจสำคัญคือการให้บริการประชาชน ถ้าหากบุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับการพัฒนาอย่างรอบด้านรวมทั้งการพัฒนาจิตสาธารณะการให้ความช่วยเหลือประชาชนผู้มาติดต่อด้วยความเต็มใจย่อมทำให้ประชาชนยอมรับการดำเนินงาน สอดคล้องกับ เซาว์ โรจนแสง (2544: 20-48 อ้างถึงในจิตติมา อัครธิพิงศ์ 2556: 22) ที่กล่าวว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มุ่งเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การเรียนรู้ การปรับปรุงพฤติกรรม และการพัฒนาให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ ซึ่งได้แก่ การพัฒนาบุคลากรให้คิดอย่างเป็นระบบ รู้จักควบคุมตนเอง มีตัวแบบทางความคิด มีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และการทำงานเป็นทีม จากผลการวิจัยและแนวคิดของนักวิชาการ เกี่ยวกับการพัฒนาบุคลากรเพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ทำให้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

4. หลักธรรมาภิบาล ด้านความพร้อมรับผิด ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจเนื่องมาจาก ความพร้อมรับผิด เป็นการให้บริการหรือการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ของรัฐ ของหน่วยงาน ซึ่งยึดหลักความรับผิดชอบ มาตรฐานจริยธรรมหรือจรรยาข้าราชการหรือจรรยาบรรณวิชาชีพ รวมทั้งคำนึงถึงความถูกต้อง การใช้อำนาจหน้าที่ตามที่กฎหมายกำหนดอย่างมีประสิทธิภาพ มีคุณภาพ และรับผิดชอบต่อ ผลของการปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานเป็นหลักการปฏิบัติงานที่หมายถึงความตรงไปตรงมาในการปฏิบัติงาน ยึดกฎระเบียบอย่างเคร่งครัด เป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติงานอย่างโปร่งใสมีคุณธรรม สอดคล้องกับ Tsai (2011: 5) ที่กล่าวว่าความพร้อมรับผิดได้แก่ความรับผิดชอบในผลของการกระทำตามบทบาทหน้าที่ของผู้กระทำ ไม่ว่าผู้นั้นจะดำรงตำแหน่งใดในทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง สอดคล้องกับ พงษ์วิธาน ชุมพล (2554: 1) ที่กล่าวว่าบรรดาผู้ที่ใช้อำนาจ ไม่ว่าจะป็นรัฐบาล สมาชิกรัฐสภา หรือสภาท้องถิ่น ผู้มาจากการเลือกตั้ง หรือ ข้าราชการและเจ้าหน้าที่รัฐผู้มาจากการแต่งตั้ง จะต้องแสดงให้เห็นได้ว่าตนได้ใช้อำนาจที่ได้รับมอบ รวมทั้งได้ปฏิบัติหน้าที่อย่างถูกต้องเรียบร้อย ความพร้อมรับผิดจึงหมายถึงการปฏิบัติงานอย่างซื่อสัตย์สุจริต พร้อมรับการตรวจสอบจากทุกภาคส่วน โดยเฉพาะการตรวจสอบจากประชาชน เนื่องจากประชาชนเป็นผู้เลือกตั้งผู้ปกครองขึ้นไปมีอำนาจ สอดคล้องกับ วิกีพีเดีย สารานุกรมเสรี (2558: 1) ที่กล่าวว่า ประชาชนต้องสามารถตรวจสอบการทำงานของภาครัฐ ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ตามตัวบทกฎหมายอย่างเป็นทางการ ได้ไม่ใช่แค่เรื่องทำผิดกฎหมายหรือไม่ แต่ต้องรวมถึงความคุ้มค่าและจริยธรรมด้วย จากผลการวิจัยและแนวคิดของนักวิชาการ เกี่ยวกับความพร้อมรับผิด ซึ่งส่วนใหญ่หมายถึงการปฏิบัติงานอย่างตรงไปตรงมา มีคุณธรรมสูง พร้อมรับผิดชอบในผลการปฏิบัติงานของตน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นหน่วยงานที่ต้องดูแลงบประมาณจำนวนมาก หากนายกเทศมนตรี คณะกรรมการบริหาร หรือบุคลากรทุกส่วน ปฏิบัติงานอย่างตรงไปตรงมา ประชาชนสามารถตรวจสอบได้ เมื่อมีการกระทำของบุคลากรที่ไม่ถูกต้องเหมาะสม บุคลากรนั้นกล้าที่จะแสดงออกถึงความรับผิดชอบจากการกระทำของตน มีบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้วยความความกระตือรือร้นในการแก้ปัญหาของประชาชน มีมาตรการกำกับดูแลการดำเนินงานที่แน่นอนสม่ำเสมอ โดยสามารถรักษากรอบการดำเนินงานไว้ได้อย่าง

ต่อเนื่อง รวมทั้งมีการเสริมสร้างค่านิยมใหม่ ที่เน้นเรื่องการบริหารงานที่ดี มีความเป็นวิชาชีพให้กับบุคลากรในการให้บริการประชาชน ย่อมทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นๆได้รับการยอมรับจากประชาชน ธรรมชาติทางด้านความพร้อมรับผิศจึงส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

5. หลักธรรมาภิบาล ด้านการมีส่วนร่วม ส่งผลต่อประสิทธิผลตามแผนปฏิบัติการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจเนื่องมาจาก หลักการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องที่สำคัญที่มีผลกระทบต่อประชาชน การนำความคิดเห็นจากประชาชนมาปรับปรุงการทำงานอยู่เสมอ มีการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนให้รู้จักรวมตัวกันแก้ไขปัญหาและพัฒนาชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานให้บริการและพร้อมรับฟังการแสดงความคิดเห็นจากประชาชนสอดคล้องกับ Erwin (1976 อ้างถึงใน ปรีดา เจษฎาวรางกุล, 2550: 24) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเองเน้นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอย่างแข็งขันกับประชาชน ใช้ความคิดสร้างสรรค์และความชำนาญของประชาชนแก้ไขร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสม และสนับสนุน ติดตามการปฏิบัติงานขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับ William (1980 อ้างถึงใน ธนวัฒน์ คำภีลานนท์, 2550: 9) ที่กล่าวว่า การมีส่วนร่วม เป็นการเกี่ยวข้องทางสังคมด้านจิตใจและอารมณ์ (Mental and Emotional Involvement) ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์ (Group Situation) ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องเป็น เหตุเร้าใจให้กระทำการให้บรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มทำให้เกิดความรู้สึกร่วม รับผิดชอบกับกลุ่ม องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถกำหนดวิธีการให้ เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองท้องถิ่นนั้น สภาพขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านการปกครองท้องถิ่น (2559:1) ได้กำหนดแนวคิดพื้นฐานในการมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำกับ ตรวจสอบและดำเนินการร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้แก่ 1) ไม่มีใครรู้ปัญหาความต้องการในการพัฒนาดีกว่าประชาชนเจ้าของปัญหาและพื้นที่ดำเนินการ 2) การแก้ปัญหาและการพัฒนาที่เสนอจากประชาชนบนพื้นฐานของข้อมูลที่เป็นจริงนำไปสู่การแก้ไขปัญหาและการพัฒนาที่ตรงกับความเป็นจริง 3) การใช้งบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัดเป็นไปด้วยความประหยัดมีประสิทธิภาพ 4) การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการตนเอง นอกจากนั้นสภาพขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศยังได้กำหนดแนวทางให้ประชาชนมีส่วนร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนี้ 1) การประชาคมท้องถิ่นเพื่อทราบปัญหาความต้องการที่แท้จริง 2) บูรณาการแผนชุมชนสู่ระบบงบประมาณท้องถิ่น 3) จัดทำมาตรฐานกลางตัวชี้วัดการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น จากผลการวิจัยและแนวคิดของนักวิชาการ รวมทั้งหลักเกณฑ์ที่สภาปฏิรูปประเทศกำหนดแนวทางให้ประชาชน กำกับ ตรวจสอบและดำเนินการร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยทุกขั้นตอนของการดำเนินงานมีประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมทุกขั้นตอนการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะสำเร็จหรือไม่จึงขึ้นอยู่กับการมีส่วนร่วมของภาคประชาชน ธรรมชาติด้านการมีส่วนร่วมจึงส่งผลต่อการปฏิบัติตามแผนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

6. การบริหารจัดการส่งผลต่อการพัฒนาองค์การอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อาจเนื่องมาจาก การบริหารจัดการเป็นกระบวนการวางแผนการจัดองค์กร การนำและการควบคุมบุคคลและทรัพยากรทางการบริหาร ดำเนินงาน ให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร ให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สอดคล้องกับ Ernest (1998: 2) ที่กล่าวว่า การบริหาร เป็นการจัดการของมนุษย์เป็นกระบวนการในการตัดสินใจ และเป็นการรวบรวมและแจกแจงทรัพยากรเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้ตั้งใจไว้ สอดคล้องกับ Robbins และ Coulter (2005 : 5) ที่กล่าวว่าการบริหารจัดการมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในการดำเนินงานขององค์กรการที่องค์กรจะประสบผลสำเร็จหรือไม่เพียงใด องค์กรจะอยู่รอดและมีความ มั่นคงขึ้นอยู่กับบริหารจัดการที่ดี แต่ถ้าองค์กรใดขาดการบริหารจัดการที่ดีแล้วจะทำให้องค์กร นั้นต้องล่มสลายไป หรือไม่สามารรถดำเนินการต่อไปได้ การบริหารจัดการนั้นเป็นเรื่องเกี่ยวกับ กระบวนการทำงานกับบุคคลอื่นและผ่านบุคคลอื่นให้บรรลุประสิทธิผลอย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นการบริหารที่เกี่ยวข้องกับบุคคลหลายฝ่ายทั้งบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประชาชน และหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้รับผลกระทบจากการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม ในการบริหารจัดการสมัยใหม่เน้นให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียได้เข้ามาที่ส่วนร่วมในการบริหารจัดการ โดยมีกิจกรรมที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องดำเนินการได้แก่ 1) การกำหนดวิสัยทัศน์ของหน่วยงานร่วมกันทั้งองค์กร 2) ดำเนินการทบทวนกลยุทธ์ในการบริหาร โดยพิจารณาจากคุณค่าของภารกิจในการให้บริการประชาชน 3) ให้ประชาชนทุกระดับ สามารถเข้ามามีส่วนร่วมกิจกรรมทางการบริหาร 4) มีการกระจายงบประมาณไปยังฝ่ายต่างๆ อย่างเป็นธรรม 5) มีการกระจายความรับผิดชอบในการปฏิบัติงานของบุคลากรอย่างเหมาะสม การบริหารจัดการดังกล่าวถือเป็นภารกิจสำคัญพื้นฐานที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องปฏิบัติ สอดคล้องกับ ทิพาวดี เมฆสุวรรณ (2544 อ้างถึงในบุญเกียรติ การะเวกพันธุ์ และคณะ (2559: 2) ที่กล่าวถึงการบริหารจัดการแนวใหม่ว่า แนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management) ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงระบบต่าง ๆ ของภาครัฐและยุทธศาสตร์ด้านต่างๆ ที่เป็นรูปธรรม ได้แก่แนวทางต่างๆ ดังนี้ 1) การให้บริการที่มีคุณภาพแก่ประชาชน 2) ลดการควบคุมจากส่วนกลางและเพิ่มอิสระในการบริหารให้แก่หน่วยงาน 3) การกำหนด การวัด และการให้รางวัลแก่ผลการดำเนินงานทั้งในระดับองค์กร และระดับบุคคล 4) การสร้างระบบสนับสนุนทั้งในด้านบุคลากร เทคโนโลยี เพื่อช่วยให้หน่วยงานสามารถทำงานได้อย่างบรรลุวัตถุประสงค์ 5) การเปิดกว้างต่อแนวคิดในเรื่องของการแข่งขัน ทั้งการแข่งขันระหว่างหน่วยงานของรัฐด้วยกัน และระหว่างหน่วยงานของรัฐกับหน่วยงานของภาคเอกชน ในขณะที่เดียวกันภาครัฐก็หันมาทบทวนตัวเองว่าสิ่งใดควรทำเองและสิ่งใดควรปล่อยให้เอกชนทำ จากผลการวิจัยและแนวความคิดของนักวิชาการ รวมทั้งแนวคิดการบริหารจัดการแนวใหม่ที่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องดำเนินการตาม พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ.2546 และกรอบแนวคิดการบริหารจัดการแนวใหม่ ทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีแนวทางการบริหารจัดการที่ชัดเจน ที่ต้องคำนึงถึงประโยชน์สุขของประชาชน เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อ

ภารกิจของรัฐ มีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของรัฐ ไม่มีขั้นตอนการปฏิบัติงานเกินความจำเป็น มีการปรับปรุงภารกิจของส่วนราชการให้ทันต่อเหตุการณ์ ประชาชนได้รับการอำนวยความสะดวก และได้รับการตอบสนองความต้องการมีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งได้แก่ การตรวจสอบและวัดผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดระบบการควบคุมตนเอง จึงทำให้หลักธรรมาภิบาลด้านการบริหารจัดการส่งผลต่อการพัฒนาองค์การ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 กระทรวงมหาดไทย ในฐานะเป็นหน่วยงานต้นสังกัดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรนำผลการวิจัยที่เกี่ยวกับหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มากำหนดเป็นนโยบายหรือทิศทางการพัฒนาประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อไป

1.2 กระทรวงมหาดไทย ในฐานะหน่วยงานต้นสังกัดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรนำหลักธรรมาภิบาลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ความพร้อมรับผิด การมีส่วนร่วม และการบริหารจัดการ มากำหนดเป็นนโยบายการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยกำหนดเป็นมาตรฐาน และตัวชี้วัด เพื่อให้เกิดการปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม

1.3 นายกเทศมนตรีเทศบาล นายองค์การบริหารส่วนตำบล ในฐานะผู้บริหารสูงสุดขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละแห่ง ควรนำหลักธรรมาภิบาลด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ความพร้อมรับผิด การมีส่วนร่วม และการบริหารจัดการ ไปประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของตนให้เกิดประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดหรือภูมิภาคอื่นเพื่อนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบกันต่อไป

2.2 ควรศึกษาหลักธรรมาภิบาลที่ผลการวิจัยพบว่าไม่ส่งผลต่อประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งได้แก่ หลักนิติธรรม หลักคุณธรรม หลักความโปร่งใส หลักความคุ้มค่า และหลักองค์กรแห่งการเรียนรู้ ไปใช้ศึกษากับหน่วยงานอื่นเพื่อนำผลการวิจัยมาเปรียบเทียบกัน เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาองค์การต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

กิตติ์รวิ เลชะกุล. (2561). **ธรรมาภิบาล วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิผลองค์กรของเทศบาลในเขตภาคใต้ของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

- เกษม วัฒนชัย. (2546). **ธรรมาภิบาลบทบาทของคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน**. กรุงเทพฯ: บริษัท พิมพ์ดี จำกัด
- จิตติ กิตติเลิศไพศาล. (2550). **เศรษฐศาสตร์จุลภาค**. สกลนคร : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- จิตติมา อัครธิตีพงศ. (2556). **เอกสารประกอบการสอน รหัส 3563404 วิชาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์**. อุบลราชธานี : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- จำนง ภูมิพันธ์. (2533). **ศึกษาสภาพและปัญหาการใช้ไมโครคอมพิวเตอร์การศึกษาในโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดกรมสามัญศึกษา ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**. กรุงเทพฯ: ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์ไทย.
- ชาญชัย อาจินสมาจาร. (2549). **การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์**. กรุงเทพฯ : ธนบรรณปิ่นเกล้า.
- ชูวงศ์ ฉายะบุตร. (2542). **การปกครองท้องถิ่นไทย**. กรุงเทพฯ : กรมการปกครอง.
- ถวิลวดี บุรีกุล และวันชัย วัฒนศัพท์. (2549). **โครงการขยายผลเพื่อนำตัวชี้วัดการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีระดับองค์กรไปสู่การปฏิบัติ**. นนทบุรี : สถาบันพระปกเกล้า.
- ทยา ยันตะบุษย์. (กรกฎาคม – ธันวาคม 2559). **ภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์การ หลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย**. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา. ปีที่ 5 ฉบับที่ 1 เล่มที่ 9, 1- 13
- ธนวัฒน์ คำภีลานนท์. (2550). **การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชน ในการพัฒนาท้องถิ่น เขตเทศบาลเมืองคูคต จังหวัดปทุมธานี**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- บวรศักดิ์ อุวรรณโณ. (2546, กันยายน-ตุลาคม). **“ธรรมาภิบาลในสังคมไทยกลไกเสริมสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืน”** วารสารเศรษฐกิจและสังคม. ฉบับที่ 40, 4-8
- บุญเกียรติ การะเวกพันธุ์ และคณะ. (2559). **“การบริหารงานภาครัฐแนวใหม่”**. [ออนไลน์] สถาบันพระปกเกล้า. สืบค้นจาก : <http://wiki.kpi.ac.th>. [2562, 24 ตุลาคม]
- บุษบง ชัยเจริญวัฒนา และบุญมี ลี. (2544). **รายงานการวิจัยเรื่อง ตัวชี้วัดธรรมาภิบาล**. กรุงเทพฯ : สถาบันพระปกเกล้า.
- ปรีดา เจษฎาวรางกุล. (2550). **การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนในเขตเทศบาลเมืองคูคต อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการปกครองท้องถิ่น วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พททิสฐาน ชุมพล ม.ร.ว. (2554). **“accountability: ความตรวจสอบได้ “คำและความคิดในรัฐศาสตร์ร่วมสมัย**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัชดากร ทมินเหมย. (มกราคม – เมษายน 2557). **หลักธรรมาภิบาลกับประสิทธิภาพขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตจังหวัดน่าน**. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี. ปีที่ 6 ฉบับที่ 1, 149-158

- วิกิพีเดีย. สารานุกรมเสรี. (2559). **กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก : <https://th.wikipedia.org/wiki/> [2562, 4 ธันวาคม]
- วิภาส ทองสุทธิ. (2551). **การบริหารจัดการที่ดี (ธรรมาภิบาล)**. กรุงเทพฯ : อินทภาษ.
- สมคิด เลิศไพฑูรย์. (2545). **การกระจายอำนาจตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สมชาย น้อยฉ่ำ. (2559). **ธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลในการบริหารงานตามหลักการประเมินแห่งคุณภาพของเทศบาลนคร เจ้าพระยาสุรศักดิ์ อำเภอสรรพยา จังหวัดชลบุรี**. **วารสารเกษมบัณฑิต**. ปีที่ 17 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2559.
- สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านการปกครองท้องถิ่น. (2559). **แผนการปฏิรูปของคณะกรรมการการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ ด้านการปกครองท้องถิ่น**. [ออนไลน์] สืบค้นจาก <http://www.parliament.go.th/> [2562, 24 ธันวาคม]
- สุนทร แก้วลาย.(2539). **เอกสารการสอนชุดวิชาการบริการและการเผยแพร่สารนิเทศ หน่วยที่ 8-15**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. หน้า 680-688.
- สุวิทย์ ทองสันทัด. (2550). **พฤติกรรมผู้นำตามหลักธรรมาภิบาลและประสิทธิผลการบริหารงานของผู้บริหารโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสกลนครเขต 2**. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- สำนักงานเทศบาลตำบลหมูสี. (2561). **รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปี พ.ศ.2561**. นครราชสีมา.
- อุทัย จันทรรัตนกานต์. (2560). “หลักธรรมาภิบาลกับประสิทธิผลของเทศบาลในเขตอำเภอเมืองจังหวัดปทุมธานี”. **JOURNAL OF NAKHONRATCHASIMA COLLEGE**. Vol.11 No.2 May – August 2017 (119-128).
- Armstrong, M. (1994). **Strategies for Human Resource Management**, London : Kogan Page.
- Ernest, P. (1998). **Social Constructivism as a Philosophy of Mathematics**. Albany, New York: SUNY Press.
- Kaplan, R. S. and Norton D.P. (2009). **The Strategy-Focused Organization**. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Robbin, Stephen P. and Coulter, Mary. (2005). **Management**. 8th ed. Prentice Hall.
- Tsai, Lily L. (2011). In George Thomas Kurian et al. **The Encyclopedia of Political Science**. Washington, D.C.: CQ Press.

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อความได้เปรียบในการแข่งขันที่มีต่อ

ผลความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

แปรรูปอาหาร กรณีศึกษา : จังหวัดขอนแก่น

Marketing Mix Strategies of Competitive Advantage That Affect The

Success of The Operation in Small and Medium Enterprises of Food

Processing: The Case Study of Khon Kaen Province

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร¹ ธนะรัชต์ งามโพธิ์² คุณภาพ โฉมจิตร³

สาลินี ชัยวัฒนพร⁴ เบญญา กันทะวงศ์วาร⁵ สุธีมนต์ ทรงศิริโรจน์⁶

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบการใช้กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน และกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด โดยการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดกับกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันและศึกษากลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอาหารแปรรูปในจังหวัดขอนแก่น ในเขตพื้นที่จังหวัดขอนแก่นของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการผลิตอาหารแปรรูปจำนวน 400 ราย เป็นกลุ่มตัวอย่างซึ่งทำการคัดเลือกโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) การสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากข้อมูลในการประกอบธุรกิจมีความสำคัญและต้องให้ผู้ประกอบการสมัครใจในการให้ข้อมูลของธุรกิจ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าเฉลี่ยร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน ส่วนการทดสอบสมมติฐานใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอย ผลการวิจัย พบว่า กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก ค่าเฉลี่ย 3.92 เมื่อพิจารณารายด้านกลยุทธ์พบว่า กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 4.11, 3.93, 3.83 และ 3.81

¹ (ดร.), คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น E-Mail: dr_tok2029@hotmail.com

² (ว่าที่ร้อยโท), ศูนย์หัวใจสิริกิติ์ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

³ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.), คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยปทุมธานี

⁴ (ดร.), ศูนย์ถ่ายทอดองค์ความรู้ ภูมิปัญญาและนวัตกรรมชุมชน

⁵ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

⁶ (ดร.), สำนักงานคณะกรรมการกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ ภาค 3

โดยกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมการให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก ค่าเฉลี่ย 3.74 เมื่อพิจารณารายด้านกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่า กลยุทธ์ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว กลยุทธ์ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง ค่าเฉลี่ย 3.80, 3.73, 3.72 และ 3.70 ส่วนความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวมการให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก ค่าเฉลี่ย 3.83 เมื่อพิจารณารายด้านความสำเร็จในการดำเนินงาน พบว่า ด้านการเรียนรู้และพัฒนาต้นทุน ด้านกระบวนการภายใน ด้านลูกค้า ด้านการเงิน ค่าเฉลี่ย 4.10, 3.76, 3.73 และ 3.72 การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารจังหวัดขอนแก่นที่มีลักษณะสถานประกอบการโดยจำแนก ผลิตภัณฑ์หลักของธุรกิจ รูปแบบธุรกิจ จำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิ ที่แตกต่างกันมีการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน ซึ่งธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารจังหวัดขอนแก่นที่มีลักษณะสถานประกอบการโดยจำแนก ผลิตภัณฑ์หลักของธุรกิจ รูปแบบธุรกิจ จำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิ ที่แตกต่างกันมีการใช้กลยุทธ์ความได้เปรียบในการแข่งขันแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ: กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด, ความได้เปรียบในการแข่งขัน, การดำเนินงาน

Abstract

This research aims to compare the use of competitive advantage strategies and marketing mix strategies by studying the relationship between marketing mix strategies and competitive advantage strategies, and studying the competitive advantage strategies that affect the of the food processing operation in Small and Medium Enterprises in Khon Kaen Province. The population and samples were 400 food processing operation in Small and Medium Enterprises in Khon Kaen Province. The samples were selected by using nonprobability sampling method and randomly selected the group of samples using purposive sampling method. As the information of the business is important, therefore, the entrepreneurs have to volunteer to provide their business information. This research uses a questionnaire to collect data, then data is analyzed to get the average of percentage, average, and deviation. The hypothesis testing uses One-Way ANOVA, Pearson correlation coefficient and regression analysis.

The results of the research revealed that in the overall, the marketing mix strategy emphasizes the importance at a relatively high level with the average of 3.92. When considering each aspect, it was found that price strategy, product strategy,

distribution channel strategy, and promotion strategy have the average of 4.11, 3.93, 3.83, and 3.81 respectively. In overall, the competitive advantage strategy emphasizes the importance at a relatively high level with the average of 3.74. When considering each aspect, it was found that cost leadership strategy, quick response strategy, market focus strategy, and differentiation strategy have the average of 3.80, 3.73, 3.72, and 3.70 respectively. The success of operation in overall emphasizes the importance at a relatively high level with the average of 3.83. When considering each aspect, it was found that learning and develop the cost aspect, internal process aspect, customer aspect, and financial aspect have the average of 4.10, 3.76, 3.73, and 3.72 respectively. Hypothesis testing found that food processing operation in small and medium enterprises in Khon Kaen Province that have the different characteristics that classify by the main products of the business, business model, and net asset value reflect the use of different marketing mix strategies and different competitive advantage strategies at the statistical significance level of 0.05.

Keywords: Marketing Mix Strategies, Competitive Advantage, Operation

บทนำ

สำหรับประเทศไทยหลังจากที่ประสบกับวิกฤติเศรษฐกิจในปี 2540 ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เริ่มให้ความสำคัญกับการบริหารองค์การให้มีสมรรถนะสูงหรือเป็นองค์กรที่เป็นเลิศ เพื่อให้องค์การของตนสามารถปรับตัวและสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยเฉพาะภาคการเงิน เพราะระบบการเงินทั้งในส่วนของธนาคาร ตลาดเงิน ตลาดทุน และธุรกิจประกัน เป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาประเทศให้ก้าวไปข้างหน้า ภาคการเงินไม่เพียงแต่เป็นแหล่งสำคัญในการจ้างงาน ที่ให้ผลตอบแทนสูงกับประเทศเท่านั้น แต่ภาคดังกล่าวยังมีบทบาทสำคัญ เป็นตัวช่วยที่จะสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับประเทศ โดยลดต้นทุนทางการเงินของภาคธุรกิจ เพิ่มเครื่องมือที่จะใช้บริหารความเสี่ยง และเป็นช่องทางจัดสรรเงินออมที่มีอยู่จำกัดในประเทศ และเงินที่ไหลเข้ามาจากต่างประเทศให้ไปยังภาคเศรษฐกิจที่เหมาะสม ที่จะเป็ขนาดของเศรษฐกิจในระยะต่อไป (Putakun K., 2016) อีกทั้งในปี 2558 อาเซียนซึ่งประเทศไทยเป็นสมาชิกอยู่นั้นได้มีแนวคิดของการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) เป้าหมายคือให้อาเซียนมีตลาดและฐานการผลิตร่วมกัน และมีการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ การลงทุน เงินลงทุน และแรงงานมีฝีมืออย่างเสรี และเพื่อให้บรรลุเป้าหมายข้างต้น อาเซียนจึงได้กำหนดแผนงาน (AEC Blueprint) สำหรับการดำเนินงานในภาพรวม โดยมีส่วนประกอบ 4 ส่วนหลัก ได้แก่ (The Stock Exchange of Thailand, 2013) มูลค่าการผลิตอาหารของไทย มีสัดส่วนสูงสุดในภาค

การผลิต คิดเป็นร้อยละ 23 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในภาพการผลิตปี 2559 ซึ่งสถานประกอบการอุตสาหกรรมอาหารส่วนใหญ่จะเป็นโรงงานขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สำหรับประเภทโรงงานอุตสาหกรรมอาหารที่มีจำนวนมาก ได้แก่ การแปรรูปสัตว์น้ำ และผลิตภัณฑ์ การผลิตน้ำมันพืช การผลิตเครื่องปรุงรส การแปรรูปเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ การแปรรูปผลไม้และผัก ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการโดยตรรวมทั้งธุรกิจเกี่ยวเนื่องตามห่วงโซ่อุปทานได้จำนวนมาก ไม่ว่าจะเป็นด้านต้นน้ำ (เกษตรกรรม) ปลายน้ำ (ค้าปลีก/ส่ง) รวมทั้งธุรกิจต่อเนื่อง (ร้านอาหาร) สถานประกอบการอุตสาหกรรมอาหารไทยมีอยู่ประมาณ 110,000 ราย คิดเป็นร้อยละ 26 ของอุตสาหกรรมการผลิตทั้งหมด เป็นอันดับหนึ่ง และส่วนใหญ่เป็นสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กร้อยละ 99.5 เกิดการจ้างงาน 1.2 ล้านคน สร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) 0.82 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 23 ของทั้งหมด โดยมีการส่งออกเป็นมูลค่า 0.91 ล้านล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 16 ทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศผู้ส่งออกสินค้าอาหารเป็นอันดับที่ 15 ของโลก (Office of Thailand Quality Award, 2012) ในสภาพการแข่งขันปัจจุบัน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีศักยภาพที่จะสร้างโอกาสทางการแข่งขัน เนื่องจากมีความคล่องตัวสามารถปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับรูปแบบองค์กรสมัยใหม่ที่มีการบริหารองค์กรแบบแนวราบ ซึ่งมีสายงานบังคับบัญชาสั้น ทำให้มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการสามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงบุคลากรสามารถทำงานได้หลายหน้าที่มีความสามารถและความเชี่ยวชาญด้านทักษะงานฝีมือรวมถึงงานบริการ อีกทั้งมีองค์ความรู้ ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นสร้างมูลค่าเพิ่ม สามารถผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายและเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในตลาดกลุ่มเฉพาะ (niche market) โดยนำความรู้ ความชำนาญจากการรับจ้างผลิตมาพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างมูลค่าเพิ่ม แต่อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันศักยภาพของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหารด้านความสามารถการแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงนั้น ยังจำกัดในวงแคบ เนื่องจากข้อจำกัดหลายๆ ด้าน เช่น ขาดการสนับสนุนในด้านการนำองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม มาประยุกต์ใช้ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต รวมถึงเครื่องจักรที่ใช้แปรรูปนั้นส่วนใหญ่ มีราคาสูง ด้วยเหตุผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีข้อจำกัดด้านเงินทุน การบูรณาการความร่วมมือของระหว่างภาคอุตสาหกรรม ภาคการศึกษาและภาครัฐไม่ต่อเนื่อง และขาดการเข้าถึงตลาดเชิงลึกการตระหนักถึงแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป จึงส่งผลให้อุตสาหกรรมอาหารไทยยังคงเน้นการส่งออกสินค้าเกษตรขั้นพื้นฐาน โดยไม่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเป็นหลัก ผู้ประกอบการมองว่าเป็นการสิ้นเปลืองการลงทุนวิจัย ค้นคว้านวัตกรรมใหม่ ถูกมองว่าเป็นการเพิ่มต้นทุนทางธุรกิจมากกว่าเป็นการลงทุน อีกทั้งการเข้าถึงงานวิจัย นวัตกรรมจากสถาบันศึกษาหรือสถาบันวิจัยที่สามารถนำไปใช้ในเชิงพาณิชย์ได้อย่างเหมาะสม ทำให้ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอาหารของไทยลดลง ในขณะที่จังหวัดขอนแก่นเป็นจังหวัดที่ผลิตแหล่งอาหารที่สำคัญของภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย ด้วยการเชื่อมโยงภาคการเกษตรกับภาคการผลิตเป็นแหล่งปลูกพืชเศรษฐกิจสำคัญ ได้แก่

ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง ซึ่งเป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญของภาคอุตสาหกรรม ในจังหวัดขอนแก่นเป็นสถานประกอบการอุตสาหกรรมอาหารร้อยละ 28 ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมร้อยละ 90 ส่วนใหญ่เป็นโรงงานสีข้าว โรงงานแปรรูป เนื้อสัตว์ และโรงงานแปรรูปผักผลไม้ จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมอาหารเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างงานและสร้างรายได้จำนวนมากในภาคอีสานตอนบน (The Office of SMEs Promotion, 2016) จากบริบทข้างต้นงานวิจัยนี้ได้กล่าวถึงการที่ผู้ประกอบการจะมีความสำเร็จในการดำเนินงานสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้นั้น ควรมีศักยภาพทางการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าเสี่ยงที่จะลงทุน การพัฒนาศักยภาพบุคลากร ในอุตสาหกรรมและความคล่องตัวการบริหารจัดการองค์กร ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจจะศึกษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอาหารแปรรูปในจังหวัดขอนแก่นที่จะส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานอย่างไร และเปรียบเทียบลักษณะของธุรกิจจะมีการใช้กลยุทธ์การแข่งขันแตกต่างกันหรือไม่ ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาสถานประกอบการอาหารแปรรูปรวมถึงแนวทางการพัฒนาผู้ประกอบการในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งทำให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินกิจการผู้ประกอบการสามารถในข้อมูลจากงานวิจัยครั้งนี้นำไปประยุกต์ใช้พัฒนาพัฒนาสถานประกอบการให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อเปรียบเทียบการใช้กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันและกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปจังหวัดขอนแก่น

สมมติฐานการวิจัย

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารจังหวัดขอนแก่นที่มีลักษณะสถานประกอบการโดยจำแนก ผลิตภัณฑ์หลักของธุรกิจ รูปแบบธุรกิจ จำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิ ที่แตกต่างกันมีการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะศึกษาตามแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและสามารถสรุปได้ดังนี้

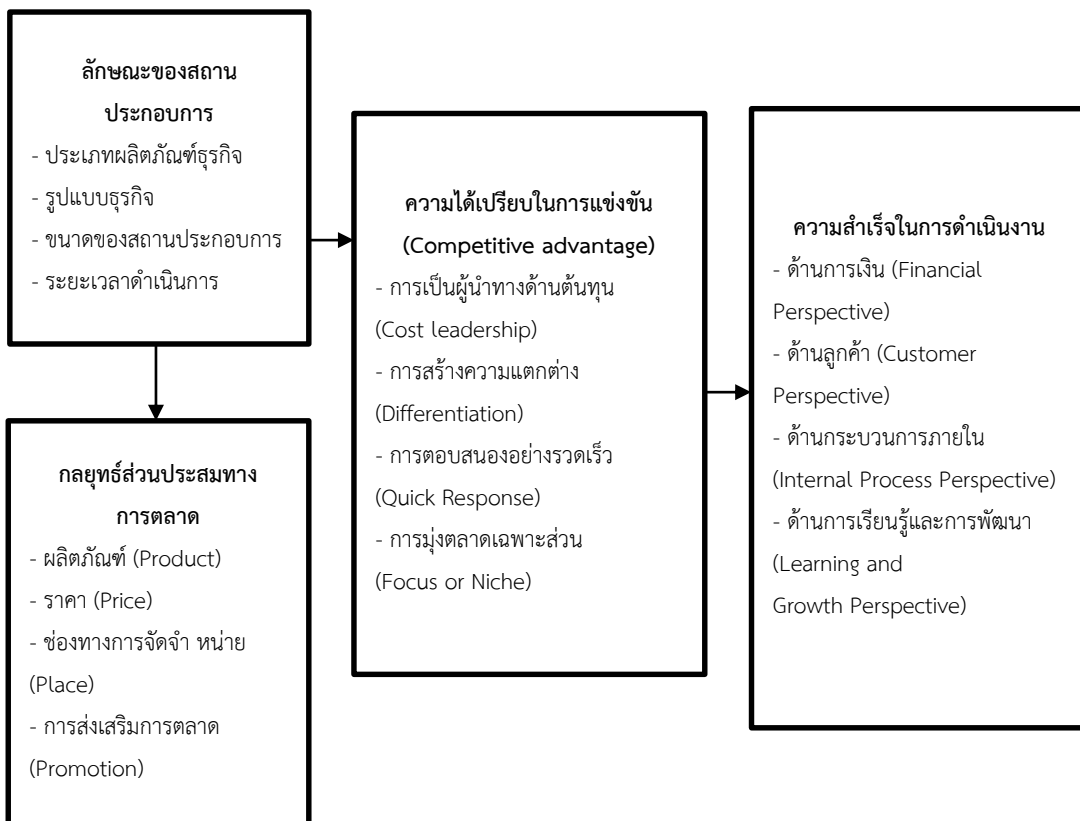
1. **แนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสมของตลาด** หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจนำมาใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด 4 ประเภท ซึ่งประกอบด้วย 1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ 1.2 ด้านราคา 1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ 1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

2. **แนวคิดกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน** ได้แก่ การเป็นผู้นำทางด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่าง การตอบสนองอย่างรวดเร็ว และการมุ่งตลาดเฉพาะ โดยความสามารถขององค์กรจากการนำกลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่มคุณค่า นำไปใช้ ดำเนินธุรกิจของตนเองได้ดีกว่าธุรกิจขององค์กรอื่น

สามารถทำให้ผลประกอบการได้สูงกว่า ทำให้เกิดคุณค่ามากกว่าคู่แข่ง เป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้สูงกว่าคู่แข่ง และองค์การอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้หรือทำได้ยาก

3. แนวคิดความสำเร็จในการดำเนินงาน หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดจากการดำเนินงานธุรกิจ เพื่อบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ให้มีประสิทธิภาพเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสร้างความพึงพอใจแก่บุคลากรในภาครัฐ โดยใช้วัดผลการดำเนินงาน โดย Balance Scorecard เป็นเครื่องมือวัดผลการดำเนินงานที่มีมุมมอง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลทางการเงิน อาทิ ผลกำไร รายได้เพิ่มขึ้น ผลตอบแทนจากการลงทุน ยอดขาย เป็นต้น ด้านลูกค้า โดยพิจารณาจากส่วนแบ่งทางการตลาด อัตราการซื้อซ้ำ ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นต้น ด้านกระบวนการภายในประสิทธิภาพการบริหารงานมีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน โดยพิจารณาจาก ประสิทธิภาพความคุ้มค่าการใช้ทรัพยากรในองค์กร คุณภาพ นวัตกรรมใหม่ เป็นต้น และด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ใช้วัด 3 ด้าน คือ ความสามารถของพนักงาน ความสามารถของระบบข้อมูลข่าวสาร และบรรยากาศที่เอื้ออำนวยต่อการทำงาน

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปกรอบแนวคิดได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากร คือ ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสาขาอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในเขตพื้นที่จังหวัดขอนแก่น เป็นกลุ่มตัวซึ่งทำการคัดเลือกโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) การสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากข้อมูลในการประกอบธุรกิจมีความสำคัญและต้องให้ผู้ประกอบการสมัครใจในการให้ข้อมูลของธุรกิจ จำนวน 400 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งเป็นลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการแบบตัวเลือก (Checklist) แบ่งออกได้เป็น 4 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของเกี่ยวกับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม และลักษณะของสถานประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตพื้นที่จังหวัดขอนแก่น ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำเร็จในการดำเนินงาน ตอนที่ 2 ถึง ตอนที่ 4 ใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด ระดับคะแนน 5 จนไปถึงน้อยที่สุด ระดับคะแนน 1 และแปลความตามหลักการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) ดังนี้ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 แสดงว่าให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด จนไปถึงค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 แสดงว่าให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การหาคุณภาพของเครื่องมือ มีขั้นตอนดังนี้ 1.) ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม เพื่อนำมาปรับปรุงแบบสอบถามให้มีความชัดเจนและเหมาะสม 2.) การทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) ด้วยการนำแบบทดสอบที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น โดยขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน โดยเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านบริหารธุรกิจ จำนวน 2 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัย จำนวน 1 ท่าน เพื่อทำการตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยเทคนิค IOC (Index of Item-objective Congruence) โดยพิจารณาจากค่า IOC ที่มากกว่า 0.5 ขึ้นไป จึงจะถือว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนของสิ่งที่ต้องการวัดได้ ซึ่งเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) มีค่าไม่ต่ำกว่า 0.7 ขึ้นไป ซึ่งการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ผลของค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.883 จึงถือว่ายอมรับได้ จึงดำเนินการเก็บข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ยร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อนำค่าเฉลี่ยไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ในการประเมินความเที่ยงตรงของตัวบ่งชี้ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน สำหรับการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing)

ซึ่งทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร สำหรับกำหนดการวัดเป็นการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-Way ANOVA และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามการวิจัยนี้ จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้จัดการโรงงาน จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 ผลิตภัณฑ์หลักของธุรกิจส่วนใหญ่เป็นการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้จากโรงสีข้าว พืชผลทางการเกษตร จำนวน 101 ราย คิดเป็นร้อยละ 25.30 รูปแบบธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นบริษัทจำกัด จำนวน 198 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.50 จำนวนพนักงานทั้งหมดในองค์กร ส่วนใหญ่มีจำนวนพนักงานทั้งหมดในองค์กรต่ำกว่า 20 คน จำนวน 218 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.50 จำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิ ต่ำกว่า 10 ล้านบาท จำนวน 159 ราย คิดเป็นร้อยละ 39.00 มีจำนวนพนักงานทั้งหมดในองค์กรต่ำกว่า 20 คน จำนวน 218 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.50 ระยะเวลาการดำเนินงาน ส่วนใหญ่มีระยะเวลาการดำเนินงาน 5 – 10 ปี จำนวน 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 35.80 การส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ ส่วนใหญ่เคยได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ จำนวน 400 ราย คิดเป็นร้อยละ 100.00 ส่วนใหญ่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐด้านการเงิน จำนวน 198 ราย คิดเป็นร้อยละ 49.50 หน่วยงานที่เคยได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ ส่วนใหญ่หน่วยงานที่เคยได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐจากพัฒนาชุมชนจังหวัด จำนวน 82 ราย คิดเป็นร้อยละ 20.50

2. กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารกรณีศึกษา : จังหวัดขอนแก่น ซึ่งให้ความสำคัญต่อระดับกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก ค่าเฉลี่ย 3.92 เมื่อพิจารณารายด้านกลยุทธ์พบว่า กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 4.11, 3.93, 3.83 และ 3.81 ตามลำดับ โดยในรายด้านให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก พบว่า

2.1 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กิจการให้ความสำคัญกับการศึกษาขององค์ประกอบผลิตภัณฑ์ เพิ่มสายผลิตภัณฑ์ หรือเพิ่มผลิตภัณฑ์ในสายผลิตภัณฑ์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ รองลงมาคือ ความรวดเร็วในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ และ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ รูปร่าง คุณภาพ

2.2 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ได้แก่ ให้ส่วนลดจากราคาที่กำหนดเพื่อจุดประสงค์ทางการตลาด เช่น เพื่อกระตุ้นยอดขาย ระบายสินค้าค้างสต็อก เป็นต้น รองลงมาคือ ลดราคาจากราคาเดิมที่กำหนดไว้ เพื่อการแข่งขันด้านราคา และกำหนดราคาเหมาะสมตามราคาในตลาด

2.3 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ได้แก่ ความรวดเร็วในการขนส่งผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ ความสะดวกในการเลือกซื้อ ผู้บริโภคเข้าถึงได้สะดวก และใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านคนกลางหลายระดับ เพื่อกระจายสินค้าถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึง

2.4 กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ โปรโมชัน ส่วนลด และของแถม รองลงมาคือ ความครบวงจรของศูนย์บริการ และการรับประกันผลิตภัณฑ์

3. กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหาร จังหวัดขอนแก่น ให้ความสำคัญต่อระดับการให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารจังหวัดขอนแก่น กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมการให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก ค่าเฉลี่ย 3.74 เมื่อพิจารณารายด้านกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขัน พบว่า กลยุทธ์ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว กลยุทธ์ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง ค่าเฉลี่ย 3.80, 3.73, 3.72 และ 3.70 ตามลำดับ โดยในรายด้านให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก พบว่า

3.1 กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการสร้างความแตกต่าง ได้แก่ สนับสนุนให้มีการใช้ข้อมูลข่าวสารทางเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจให้เป็นไปอย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือ มีภาพลักษณ์และชื่อเสียงเป็นอันดับต้นๆ เนื่องจากการสร้างชื่อเสียงให้เป็นที่รู้จักก็มีความสำคัญต่อการขายสินค้า และมีสินค้าที่หลากหลาย ครอบคลุมทุกความต้องการของลูกค้า ลูกค้าไม่เสียเวลาหาซื้อร้านอื่น

3.2 กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน ได้แก่ ประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจที่ยาวนานมีผลต่อการลดต้นทุนบางประเภท เช่น ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการดำเนินงานลงได้ รองลงมาคือ สนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และสามารถรักษาระดับต้นทุนให้เท่าเดิมหรือลดลงได้

3.3 กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว ได้แก่ มีจำนวนพนักงานที่เพียงพอต่อการให้บริการรวมถึงมีการจัดประชุม อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการให้บริการแก่พนักงานอย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือ มีการพัฒนาและผลิตภัณฑ์แบบใหม่ๆ เพื่อให้ทันต่อกระแสความต้องการของลูกค้าและมีการนำข้อเสนอแนะของลูกค้ามาปรับปรุงผลิตภัณฑ์หรือการบริการอย่างรวดเร็วเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

3.4 กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วนทุน ได้แก่ กิจกรรมมีการมุ่งเน้นลูกค้าเฉพาะกลุ่มทำให้สามารถลดสต็อกสินค้า และควบคุมค่าใช้จ่ายได้ดีขึ้น รองลงมาคือ กิจกรรมมีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนในการขายสินค้าและให้บริการ เช่น กลุ่มลูกค้าวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงาน หรือกลุ่มผู้สูงอายุ และกิจกรรมผลิตสินค้าหลักๆ เป็นส่วนใหญ่เพื่อต้นทุนในการผลิตให้ต่ำลงและเพื่อตอบสนองกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก

4. กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหาร จังหวัดขอนแก่น ความสำเร็จในการดำเนินงานโดยรวม การให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก ค่าเฉลี่ย 3.83 เมื่อพิจารณารายด้านความสำเร็จในการดำเนินงาน พบว่า ด้านการเรียนรู้และพัฒนา

ต้นทุน ด้านกระบวนการภายใน ด้านลูกค้า ด้านการเงิน ค่าเฉลี่ย 4.10, 3.76, 3.73 และ 3.72 ตามลำดับ โดยในรายด้านให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก พบว่า

4.1 ความสำเร็จในการดำเนินงานด้านการเงิน ได้แก่ กิจกรรมมีมาตรการลดต้นทุนการผลิต เช่น ปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพอยู่เสมอ จัดซื้อวัตถุดิบแหล่งที่มีราคาถูก เป็นต้น รองลงมาคือ กิจกรรมใช้สินทรัพย์และการลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพโดยคำนึงถึงความคุ้มค่าในการลงทุน และกิจกรรมพยายามแสวงหารายได้เพิ่มขึ้นจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ หรือเสาะหาตลาดใหม่อยู่เสมอ

4.2 ความสำเร็จในการดำเนินงานด้านลูกค้า ได้แก่ นำเสนอข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลาเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดและสร้างความสัมพันธ์ต่อลูกค้าและสามารถรักษาลูกค้าเก่าได้ และแสดงรายละเอียดวิธีการ แก้ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นเพื่อให้ลูกค้าสามารถแก้ปัญหาได้ด้วยตัวเองเป็นการลดข้อร้องเรียนจากลูกค้า รองลงมาคือ บริการส่งข้อมูลข่าวสารที่สำคัญอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความคุ้นเคยจะสามารถรักษาลูกค้าเก่าไว้ได้

4.3 ความสำเร็จในการดำเนินงานด้านกระบวนการภายใน ได้แก่ กิจกรรมมีการสรรหาและคัดเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถตรงกับความต้องการของธุรกิจ เพื่อให้การบริหารงานเป็นไปอย่างรวดเร็ว รองลงมาคือ กิจกรรมให้ความสำคัญกับจำนวนคำขำรุดเสียหายที่ลูกค้าพบเนื่องเป็นสิ่งบ่งบอกถึงประสิทธิภาพในกระบวนการผลิต และกิจกรรมมีความพยายามในการลดความผิดพลาดของขั้นตอนการทำงานรวมถึง การปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน

4.4 ความสำเร็จในการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และพัฒนา ได้แก่ นำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้เพื่อให้พนักงานเกิดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือ พัฒนาธุรกิจอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับนวัตกรรม และเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ คิดค้นวิจัยพัฒนาสม่ำเสมอ และกิจการสนับสนุนให้พนักงานได้ใช้ความรู้ความสามารถในการทำงานอย่างเต็มที่ทำให้พนักงานเกิดความพึงพอใจและปริมาณการลาออกของพนักงานลดลง

5. ผลสมมติฐาน สรุปได้ว่า ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารจังหวัดขอนแก่นที่มีผลิตภัณฑ์หลักของธุรกิจแตกต่างกันจะใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่ไม่แตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน และรายด้านมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 2 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีความแตกต่างกัน 1 คู่ คือ จำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิของสถานประกอบการของขนาดเล็ก (SS) กับ จำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิของสถานประกอบการขนาดกลาง (M) มีความแตกต่างกัน และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีความแตกต่างกัน 2 คู่ คือ จำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิของสถานประกอบการขนาดเล็ก (SS) กับ จำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิของสถานประกอบการขนาดย่อม (S) และจำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิของสถานประกอบการขนาดเล็ก (SS) กับจำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิของสถานประกอบการขนาดกลาง (M) มีความแตกต่างกัน ในขณะที่ลักษณะสถานประกอบการด้านอื่นๆ ไม่มี

ความแตกต่างกัน ในการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังตารางที่ 1 และ ตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของผลิตภัณฑ์หลักของธุรกิจที่แตกต่างกันต่อระดับความสำคัญการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

ประเภทของ ผลิตภัณฑ์ หลัก	PPM		PPF		PPV		DP		MS		OFP		sig
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	
ด้าน ผลิตภัณฑ์	2.96	0.25	2.61	0.42	2.92	0.62	3.27	0.31	2.92	0.72	3.21	0.62	0.29
ด้านราคา	2.54	0.53	2.54	0.26	3.08	0.79	3.21	0.84	2.90	0.65	3.01	0.44	0.18
ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	3.01	0.34	2.68	0.31	2.95	0.65	3.05	0.51	2.89	0.64	2.89	0.61	0.86
ด้านการ ส่งเสริม การตลาด	2.89	0.09	2.09	0.59	2.81	0.72	3.25	0.68	2.49	0.71	2.83	0.42	0.08
รวม	2.87	0.24	2.51	0.32	2.92	0.61	3.15	0.47	2.82	0.53	3.04	0.53	0.06

*แตกต่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของรูปแบบธุรกิจที่แตกต่างกันต่อระดับความสำคัญการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

รูปแบบธุรกิจ	OWN		COM		Ltd		ROP		sig
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์	3.01	0.59	3.02	0.72	3.05	0.81	3.45	0.24	0.54
ด้านราคา	2.98	0.54	2.93	0.61	3.42	0.29	3.08	0.65	0.76
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.05	0.72	2.98	0.49	2.98	0.59	2.96	0.75	0.42
ด้านการส่งเสริมการตลาด	2.76	0.64	2.75	0.68	2.92	0.48	2.95	0.52	0.89
รวม	2.92	0.46	2.91	0.52	2.93	0.64	3.01	0.65	0.92

*แตกต่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารจังหวัดขอนแก่นที่มีจำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิแตกต่างกันจะใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันทั้งในภาพรวมและรายด้าน เมื่อพิจารณา รายด้าน พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ 2 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ทราบว่าคุณภาพประกอบการที่มีขนาดแตกต่างกัน ในรายคู่ โดยจับคู่แบบ LSD ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า มีความแตกต่างกัน 1 คู่ คือ จำนวนมูลค่าสินทรัพย์

สุทธิของสถานประกอบการขนาดเล็ก (SS) กับ จำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิของสถานประกอบการขนาดกลาง (M) มีความแตกต่างกันในการใช้กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งจำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิสถานประกอบการขนาดกลางให้ความสำคัญการใช้กลยุทธ์ด้านนี้มากที่สุด ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของจำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิต่อระดับความสำคัญของการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของสถานประกอบการที่แตกต่างกัน

รูปแบบธุรกิจ	OWN		COM		Ltd		sig
	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	\bar{x}	SD	
ด้านผลิตภัณฑ์	2.85	0.28	3.05	0.32	3.42	0.92	0.03*
ด้านราคา	3.05	0.42	3.35	0.56	3.05	0.84	0.62
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.29	0.81	3.09	0.85	2.96	0.75	0.84
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.08	0.89	2.98	0.49	3.06	0.69	0.01*
รวม	2.98	0.56	3.05	0.62	3.12	0.85	0.03*

*แตกต่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ด้านส่งเสริมการตลาดพบว่า มีความแตกต่างกัน 2 คู่ คือ จำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิของสถานประกอบการขนาดเล็ก(SS) กับ จำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิของขนาดย่อม (S) และจำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิของสถานประกอบการขนาดเล็ก (SS) กับจำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิของสถานประกอบการขนาดกลาง (M) มีความแตกต่างกันในการใช้กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสถานประกอบการขนาดเล็กให้ความสำคัญการใช้กลยุทธ์ด้านนี้มากที่สุด ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ จำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิกับด้านการส่งเสริมการตลาด

จำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิ	\bar{x}	ด้านการส่งเสริมการตลาด		
		SS	S	M
ขนาดเล็ก (SS)	2.86		-0.42*	-0.46
ขนาดย่อม (S)	2.89	0.42*		-0.14
ขนาดกลาง (M)	2.91	0.46*	0.14	

*แตกต่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างรายคู่ด้านภาพรวม พบว่า มีความแตกต่างกัน 1 คู่ คือ จำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิของสถานประกอบการขนาดเล็ก (SS) กับ จำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิของขนาดย่อม (S) มีความแตกต่างกันในการใช้กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสถานประกอบการขนาดย่อมให้ความสำคัญการใช้กลยุทธ์ด้านนี้มากที่สุด ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของระยะเวลาดำเนินงานที่แตกต่างกันต่อระดับความสำคัญของการใช้กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกัน

จำนวนมูลค่าสินทรัพย์สุทธิ	\bar{x}	ด้านการส่งเสริมการตลาด		
		SS	S	M
ขนาดเล็ก (SS)	2.67		0.21*	-0.24
ขนาดย่อม (S)	2.67	0.21*		-0.11
ขนาดกลาง (M)	2.92	0.24	0.11	

*แตกต่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหาร กรณีศึกษา : จังหวัดขอนแก่น การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับค่อนข้างมาก ในด้านกลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งที่สุดตามแนวคิดของ Michael J. Etzel, Bruce J. Walker, William J. Stanton, (2004) ที่ว่าผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ซึ่งต้องมีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า มีอรรถประโยชน์ (Utility) จึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ และกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ด้านราคา กลยุทธ์ ด้านกระบวนการ กลยุทธ์ด้านการจัดจำหน่าย และกลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด ตามลำดับ ส่งผลสัมฤทธิ์ด้านยอดขายมากที่สุด รองลงมาคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และกิจการให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้าที่วางจำหน่ายและกิจการนำสินค้าที่วางจำหน่ายให้มีความหลากหลายในชนิดและรูปแบบ และซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pongwiritthon R., Bunchapattanasakda C., Laohakosol W., Sawagvudcharee O., (2017) ที่พบว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออย่างมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการดำเนินการจัดหาช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นสิ่งจำเป็นที่จะกระจายสินค้าไปถึงมือผู้บริโภคได้ โดยผู้ประกอบการอาจจะเป็นลักษณะการผลิตสินค้าของตนเองที่ต้องการช่องทางการจัดจำหน่าย โดยสรุปได้ว่า การให้ความสำคัญของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารนั้น ควรจะให้ความสำคัญในทุกๆ ด้านของส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพของการบริหารจัดการตลาดเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมาก

กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารจังหวัดขอนแก่น ให้ความสำคัญต่อระดับการให้ความสำคัญต่อกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแปรรูปอาหารจังหวัดขอนแก่น กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยรวมการให้ความสำคัญในระดับค่อนข้างมาก เมื่อพิจารณาทางด้านกลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันพบว่า กลยุทธ์ด้านการเป็นผู้นำด้านต้นทุน กลยุทธ์ด้านการตอบสนองอย่างรวดเร็ว กลยุทธ์ด้านการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน กลยุทธ์ด้านการสร้างความแตกต่าง สอดคล้องกับแนวคิดของ Pongwiritthon R., Bunchapattanasakda C., Laohakosol W., Sawagvudcharee O., (2017) กล่าวว่า ภายใต้สถานการณ์

ทางการค้าโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา รวมทั้งการแข่งขันที่ทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้นทั่วทุกภูมิภาคของโลก ส่งผลให้ธุรกิจต่างๆ ต้องเตรียมความพร้อมและหาแนวทางปรับตัวเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้ โดยการสร้างปัจจัยพื้นฐานทางการผลิตให้มีความเข้มแข็งและพัฒนาอุตสาหกรรมให้มีความเชื่อมโยงกันทั้งระบบ ดังนั้นการมีระบบการจัดการที่ดี จะช่วยให้เกิดการวางแผน กำหนดแนวทางการผลิต รวมถึงการจัดสรรการใช้ทรัพยากรต่างๆ ที่มีอยู่อย่างจำกัดมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด เพื่อให้ธุรกิจมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจนเป็นไปตามเป้าหมายและสอดคล้องกับความต้องการของตลาดในอนาคต ดังนั้นความได้เปรียบทางการแข่งขันเป็นการสร้างความสามารถที่มีความแตกต่างเหนือกว่าคู่แข่งและส่งผลกระทบต่อองค์กรมีข้อได้เปรียบทางการแข่งขันเหนือกว่าคู่แข่งอื่นในตลาดโดยการนำเสนอคุณค่าแก่ลูกค้าอย่างสม่ำเสมอเป็นสิ่งที่คู่แข่งไม่สามารถเลียนแบบได้ หรือทำได้ไม่ดีเท่าไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการสร้างความแตกต่างการดำเนินการที่ต้นทุนต่ำกว่า การตอบสนองที่รวดเร็ว หรือการมุ่งตลาดเฉพาะส่วน เหล่านี้สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับองค์กรได้ ในภาวะการณ์ประกอบการ มีอิทธิพลทางตรงต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ปัจจัยของภาวะการณ์ประกอบการ ความกล้าเสี่ยงการสรรหาปัจจัยการผลิต การสร้างนวัตกรรม จะทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันและได้รับผลตอบแทนทางการเงินที่มีผลต่อผลประโยชน์ขององค์กรทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะว่าความได้เปรียบทางการแข่งขันถือเป็นประเด็นหนึ่งที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในยุคที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง ดังนั้นการทำกลยุทธ์และมีนโยบายการแข่งขันที่ชัดเจนจะช่วยสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและความได้เปรียบของธุรกิจให้เหนือกว่าคู่แข่ง เนื่องจากการกำหนดนโยบายและทิศทางการทำงานในอนาคตที่ชัดเจนทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมายและสามารถตอบสนองความต้องการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Kennedy J.W. (2010) ที่ว่ากลยุทธ์ทางธุรกิจที่อยู่บนพื้นฐานความได้เปรียบทางการแข่งขันธุรกิจที่ความได้เปรียบทางการแข่งขันเมื่อไรก็ตาม ก็จะสามารถแข่งขันกับคู่แข่งและรักษาฐานลูกค้าได้ มีหลากหลายวิธีในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เช่น การสร้างสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูงสุด การจัดการบริการให้แก่ลูกค้าที่เป็นเลิศ การบรรลุถึงต้นทุนต่ำกว่าคู่แข่ง การจัดหาทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมกว่า การออกแบบสินค้าและบริการที่มีแบรนด์ดีกว่า เพื่อความคุ้มค่าการเงินที่ผู้ซื้อต้องจ่ายออกไป ความสำเร็จในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน องค์กรต้องพยายามจัดหาสิ่งที่ดีที่สุดสำหรับลูกค้า ในมุมมองของลูกค้ามองว่าเป็นของที่คุ้มค่าและพร้อมยินดีที่จ่าย ไม่ว่าจะด้านคุณภาพสินค้า ราคาถูกกว่า

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนตลอดจนสร้างเครือข่ายธุรกิจ มีการส่งเสริมให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยส่งเสริมจัดหาที่ปรึกษาหรือจัดอบรม เพื่อเป็นการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

ควรรำนำองค์ความรู้ที่เกิดขึ้นจากการวิจัยนี้ไปพัฒนากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด เพื่อการสร้างตลาดดิจิทัลและในเชิงการบริหารธุรกิจนั้นก็เกิดความรู้ใหม่ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอื่นๆ ทั่วโลก ที่มีบริบทใกล้เคียงกับในเขตภาคต่างๆ ของประเทศไทย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

หัวข้องานวิจัยที่ควรทำต่อไปในอนาคตโดยการขยายการศึกษาวิจัยในพื้นที่อื่นหรือประเภทธุรกิจอื่น เช่น การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ความได้เปรียบทางการแข่งขันในด้านต่าง ๆ ในการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า เพิ่มประสิทธิภาพในองค์กร การลดค่าใช้จ่ายที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ การตอบสนองความต้องการของลูกค้าในรูปแบบใหม่ๆ ซึ่งจะทำให้องค์กรได้รับความประสบความสำเร็จ

ควรมีการศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน จะทำให้องค์กรทราบจุดอ่อน จุดแข็ง ปัญหาและอุปสรรค เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขให้ได้ตรงประเด็น

บรรณานุกรม

- Kennedy J.W. (2010). Empowering Future Organizational Leaders for the 21st Century. *International Business & Economic Research Journal*. 9(4), pp. 152-163.
- Michael J. Etzel, Bruce J. Walker, William J. Stanton. (2004). *Marketing*. 13^{ed}. McGrawHill/Irwin.
- Office of Thailand Quality Award. (2012). *Thailand Quality Award Criteria of 2012-2013*. Bangkok: Phongwarin Printing Co., Ltd. (In Thai).
- Pongwiritthon R., Bunchapattanasakda C., Laohakosol W., Sawagvudcharee O. (2017). Model of Characteristics of Excellence Organization that Influencing the Performance of Small and Medium Enterprise in Northern Region of Thailand. *Pgazkoenyau. FEU Academic Review*, 11(2), 224-229. [in Thai]
- Putakun K. (2016). *Eastern Economic Corridor Development*. [Online]. from: https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_w3c/ewt_dl_link.php?nid=45232. Retrieved October 25, 2019.
- The Office of SMEs Promotion. (2016). *The Small and Medium-sized Enterprises situation report of year 2015 and the trends of year 2016*. Bangkok: The Office of SMEs Promotion. (in Thai).
- The Stock Exchange of Thailand. (2013). *The latest form 56-1 of year 2012 of the companies listed on the Stock Exchange of Thailand*. Retrieved December 12, 2016, from: <http://www.set.or.th/set/commonslookup.do?language=th&country=TH>. (in Thai).

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร
Developing Wellness Tourism for Foreign Tourism
in Bangkok Thailand

นิพนธ์ วโรทัย¹ ชาญชัย ปัญญาพัฒนศักดิ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มี วัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยภายนอก ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร และ เพื่อกำหนดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานครเครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วย แบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลปฐมภูมิ ตลอดจนความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานครที่เกี่ยวข้องกับการบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 400 ราย จากนั้นทำการวิเคราะห์สมการถดถอยชนิดตัวแปรหลายตัว และนำวิเคราะห์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้เครื่องมือ สัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้เชี่ยวชาญ 30 คน แล้วสร้างการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านนโยบายรัฐ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของ การท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความปลอดภัยปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านความตั้งใจ ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความสำคัญจากการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านองค์ประกอบของการบริการมีอิทธิพลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และกำหนดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เกิดจาก การวางแผนการตลาดร่วมกัน จะเป็นแรงผลักดันการทำงานในภาพกว้างและจะได้ไม่ทำงานซ้ำซ้อน การพัฒนาสินค้าและบริการ การพัฒนาสินค้าและบริการผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้เสนอให้การพัฒนาสินค้าและบริการให้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

คำสำคัญ :การพัฒนาการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ, นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

¹ คณะการจัดการบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยชินวัตร E-mail : navinyav@hotmail.com

² คณะการจัดการ มหาวิทยาลัยชินวัตร

Abstract

This research is aimed at studying marketing factors. External factors The tourism factors influence the health-boosting tourism development for foreign tourists. In Bangkok and to define health-boosting tourism developments for tourists. Foreigners in Bangkok the tools used include The query to get the primary information, as well as the comments of a group, are foreign tourists in Bangkok that involve a healthy tourism service. The total number of 400 is then analyzed for various types of regression equations and to analyze health-boosting tourism developments for foreign tourists in Bangkok by using the tools. A deep interview by 30 experts, and built a health-promoting tourism development for foreign tourists in Bangkok.

Research results found that the product factor Marketing Promotion factors Human factors Process factors, State policy factors. The marketing promotion factors of tourism Security Factor Environmental factors Appeal factor Access to tourist attractions Tourist and travel factors The component factors of the service influence the health-boosting tourism development for foreign tourists. In Bangkok in the same direction, statistical significance at level 0.05, and the health-boosting tourism development schedule for tourists. Foreign nationals in Bangkok, this is due to marketing plan together, it is driven to work in wide and will not function redundant. Development of goods and services. The development of products and services, the tourism operators offer the development of products and services to study the behavior of tourists

Keywords: Tourism Development, Health Tourism, Foreign Tourism.

บทนำ

การท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วตามกระแสการดูแลสุขภาพของผู้คนในปัจจุบัน คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวหรือพักผ่อนที่พ่วงกิจกรรมด้านส่งเสริมและดูแลสุขภาพไว้ด้วย ประเทศไทยมีศักยภาพและความพร้อมในด้านทำเลที่ตั้งสถานประกอบการสปาและนวดเพื่อสุขภาพที่มีชื่อเสียง และการบริการครบครัน รวมทั้งยังมีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว และบริการรองรับด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสากล ซึ่งเกื้อหนุนต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี ประกอบกับนโยบายของทางภาครัฐโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาท่องเที่ยว 5 ปี (พ.ศ. 2559-2563) กำหนดทิศทางเพื่อปรับปรุงพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีรูปแบบที่หลากหลาย เชื่อมโยงในกลุ่มจังหวัดอย่างยั่งยืนและขยายฐานนักท่องเที่ยวจากเมืองท่องเที่ยวหลักไปยังเมืองท่องเที่ยวรองในเขตการพัฒนาอย่างเช่นประเทศไทย ให้มีความสามารถทางการแข่งขันเพิ่มขึ้น เกาะกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวให้พำนักเป็นระยะเวลาเพิ่มขึ้น โดยมุ่งหวังที่จะสร้างและการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชนให้เกิดความยั่งยืนในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูง เพื่อช่วงชิง

นักท่องเที่ยงให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจึงจำเป็นต้องประเมินผลนโยบาย (Policy Evaluation) ด้วยการศึกษาบทบาทผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (Key Stakeholders) ในภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้ทราบผลลัพธ์ของการท่องเที่ยวเพราะการนำนโยบายไปปฏิบัติให้เกิดความสำเร็จต้องอาศัยปัจจัยหลายประการซึ่งมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน การท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับบริบทของประเทศ เพราะเป็นสิ่งที่สังคมสร้างขึ้น บริบททางเศรษฐกิจ วัฒนธรรมและการเมืองที่สลับซับซ้อนมีผลต่อการท่องเที่ยวผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นแรงผลักดันสำคัญต่อการดำเนินโครงการต่างๆ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องเน้นความสำคัญในการทำความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของบรรดาผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Georgieva, 2007) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นในช่วงทศวรรษนี้ เพราะเป็นช่วงเวลาที่คนทั่วโลกต่างหันมาให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพเพื่อการดำรงชีวิตอยู่อย่างมีความสุข มีความสมดุลทั้งทางกายใจและจิตวิญญาณ (Harmony of Body, Mind and Spirit) (Ardell, 1986) นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะเลือกทำกิจกรรมเพื่อให้มีสุขภาพกายและจิตใจเข้มแข็งดี โดยไม่ต้องใช้บริการทางการแพทย์ แต่มีแนวคิดในการรับผิดชอบต่อตัวเองด้วยการดำเนินกิจกรรมและการศึกษาด้านจิตใจ พร้อมกับการดูแลสุขภาพสมบูรณ์ทางกาย การดูแลสุขภาพความงาม การรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพและการพักผ่อนคลายเครียดหรือการทำสมาธิ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังเน้นการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และความตระหนักในการรักษาสิ่งแวดล้อม

จากการเรียนรู้และทำความเข้าใจพฤติกรรมในช่วงที่ผ่านมา มาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทำให้ ทราบถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและพฤติกรรม ซึ่งอาจเป็นผลให้เกิดการพัฒนารูปแบบกระแสดึงดูดนักท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ ในอนาคตอันใกล้โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงมุมมองต่อองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้วยการพิจารณาองค์ประกอบอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว นอกเหนือไปจากภาพที่เห็น แนวโน้มทางการเปลี่ยนแปลงทางด้านแนวคิดนี้ย่อมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ต่อความต้องการและพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกรณีแนวโน้มการสร้างมูลค่าเพิ่มทางความคิดต่อคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวในมิติอื่น ๆ นอกจากการสัมผัสด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 เช่นที่ผ่าน ๆ ซึ่งเป็นความคาดหวังที่สำคัญยิ่งของผู้ที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนนั้นได้รับจากความแตกต่างของสถานที่ท่องเที่ยวจากรูปแบบปกติในการดำรงชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นปัจจัยตั้งต้นของความรู้สึกผ่อนคลาย ความรู้สึกว่าได้พักผ่อน (McIntosh & Goeldner, 1986)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย มุ่งเน้นศึกษาถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อสุขภาพนักท่องเที่ยวในกลุ่มเป้าหมายที่เข้ามาใช้บริการว่าเป็นลูกค้ากลุ่มใดมีแบบแผนพฤติกรรมการใช้บริการอย่างไร มีความคาดหวัง และความพึงพอใจต่อบริการในด้านต่างๆ อย่างไร ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทย มีสถานประกอบการเพื่อสุขภาพเปิดใหม่ จำนวนมากขึ้น โดยเฉพาะสถานประกอบการเชิงธุรกิจเชิงสุขภาพในประเทศไทย ตลาดเกิดการแข่งขันสูงผู้ประกอบการต้องมีการปรับกลยุทธ์การให้บริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รวมถึงตระหนักถึงความมีมาตรฐานการให้บริการอย่างมีคุณภาพ และความปลอดภัย เนื่องจากเป็นธุรกิจที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการศึกษาในครั้งนี้ จะได้นำเป็นข้อเสนอแนะกลยุทธ์ที่จะนำมาใช้พัฒนาส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง

สุขภาพในประเทศไทยให้เติบโตเป็นศูนย์กลางสุขภาพในระดับสากล ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคาปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมด้านการตลาด ปัจจัยด้านด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านด้านกระบวนการ มีอิทธิพลส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อศึกษาปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านนโยบายรัฐบาล ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของ ททท ปัจจัยด้านสภาพการณ์ทางเมือง ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านประเพณีและวัฒนธรรมกระบวนการ มีอิทธิพลส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร

3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความดึงดูดใจ ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความสำคัญจากการท่องเที่ยว และปัจจัยด้านองค์ประกอบของการบริการ มีอิทธิพลส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร

4. เพื่อกำหนดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1. ปัจจัยทางการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมด้านการตลาด ปัจจัยด้านด้านบุคคล ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านด้านกระบวนการ มีอิทธิพลส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2. ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านนโยบายรัฐบาล ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของ ททท ปัจจัยด้านสภาพการณ์ทางเมือง ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านประเพณีและวัฒนธรรมกระบวนการ มีอิทธิพลส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว ในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3. ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความดึงดูดใจ ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความสำคัญจากการท่องเที่ยว และปัจจัยด้านองค์ประกอบของการบริการ มีอิทธิพลส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

ด้านประชากร

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เคยใช้บริการในธุรกิจการ
ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ เขตกรุงเทพมหานคร ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้านี้เป็นข้อมูลปฐมภูมิ
โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด

ด้านเนื้อหา

สำหรับเนื้อหาที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษานั้น จะประกอบด้วยแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่
เกี่ยวข้อง คือแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการตลาดท่องเที่ยว แนวคิดการ
ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ แนวคิดและทฤษฎีการตลาดบริการ แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก
เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่ม
ตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานครที่เกี่ยวข้องกับการบริการทางการ
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วย แบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูล
ปฐมภูมิ ตลอดจนความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง จากนั้นทำการวิเคราะห์สมการถดถอยชนิดตัวแปร
หลายตัว และนำวิเคราะห์การพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานครโดยใช้เครื่องมือ สัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้เชี่ยวชาญ 30 คน แล้ว
สร้างการพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในเขต
กรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา
ปัจจัยด้านช่องทางการจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมด้านการตลาด ปัจจัยด้านด้านบุคคล ปัจจัย
ด้านลักษณะทางกายภาพ และปัจจัยด้านด้านกระบวนการ มีอิทธิพลส่งต่อการพัฒนากองท่องเที่ยว
เชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร

พบว่า มีเพียง 4 ตัวแปร คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ($p = 0, \beta = 0.738$) ปัจจัยด้านการ
ส่งเสริมการตลาด ($p = 0, \beta = 0.219$) ปัจจัยด้านบุคคล ($p = 0, \beta = 0.353$) ปัจจัยด้านรูปลักษณ์ทาง
กายภาพ ($p = 0.017, \beta = 0.093$) ที่มีอิทธิพลส่งต่อการพัฒนากองท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ซึ่งสามารถอธิบายสรุปจากผล
การทดสอบสมมติฐานได้ว่ามีความสอดคล้องกับสมมติฐานบางส่วนโดยมีสัมประสิทธิ์การทำนายได้
ร้อยละ 59.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีปัจจัยอื่นๆที่สามารถการทำนายการ
พัฒนากองท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร
โดยรวมได้อีกร้อยละ 40.9 ดังนั้นสามารถเขียนสมการความถดถอยของคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$Y = 0.15 + 1.047 X_{11} + 0.273 X_{14} + 0.427 X_{15} + 0.106 X_{17}$$

$$r = 0.774 \quad R^2 = 0.599 \quad \text{Adjusted } R^2 = 0.591, r = 0.774, F = 83.485, p\text{-value} = 0$$

จากสมการจะเห็นว่า ปัจจัย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพมีอิทธิพลส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในทิศทางเดียวกัน

2. การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ปัจจัยด้านนโยบายรัฐบาล ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดของ ททท ปัจจัยด้านสภาพการณ์ทางเมือง ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านประเพณีวัฒนธรรม ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม มีอิทธิพลส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร

พบว่า มีเพียง 2 ตัวแปร คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ($p = 0.001, \beta = 0.138$) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ($p = 0, \beta = 0.518$) ที่มีอิทธิพลส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ซึ่งสามารถอธิบายสรุปจากผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่ามีความสอดคล้องกับสมมติฐานบางส่วนโดยมีสัมประสิทธิ์การทำนายได้ร้อยละ 27.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีปัจจัยอื่นๆที่สามารถทำนายการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมได้อีกร้อยละ 72.7 ดังนั้นสามารถเขียนสมการความถดถอยของคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$Y = 2.219 + 0.141 X_{26} + 0.511 X_{27}$$

$$r = 0.534 \quad R^2 = 0.285 \quad \text{Adjusted } R^2 = 0.273, r = 0.534, F = 22.372, p\text{-value} = 0$$

จากสมการจะเห็นว่า ปัจจัย ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในทิศทางเดียวกัน

3. การวิเคราะห์ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ปัจจัยด้านความดึงดูดใจ ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความสำราญจากการท่องเที่ยว และปัจจัยด้านองค์ประกอบของการบริการ มีอิทธิพลส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร

พบว่า มีเพียง 3 ตัวแปร คือ ปัจจัยด้านความดึงดูดใจ ($p = 0, \beta = 0.254$) ปัจจัยด้านความสำราญจากการท่องเที่ยว ($p = 0.029, \beta = 0.114$) ปัจจัยด้านองค์ประกอบของการบริการ ($p = 0, \beta = 0.527$) ที่มีอิทธิพลส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน ซึ่งสามารถอธิบายสรุปจากผลการทดสอบสมมติฐานได้ว่ามีความสอดคล้องกับสมมติฐานบางส่วนโดยมีสัมประสิทธิ์การทำนายได้ร้อยละ 39.4 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีปัจจัยอื่นๆที่สามารถทำนายการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง

ส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมได้อีกร้อยละ 60.6 ดังนั้นสามารถเขียนสมการความถดถอยของคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$Y = 0.496 + 0.257 X_{31} + 0.113 X_{33} + 0.609 X_{34}$$

$$r = 0.632 \quad R^2 = 0.4 \quad \text{Adjusted } R^2 = 0.394, r = 0.632, F = 65.777, p\text{-value} = 0$$

จากสมการจะเห็นว่า ปัจจัย ปัจจัยด้านความดึงดูดใจ ปัจจัยด้านความสำราญจากการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านองค์ประกอบของการบริการมีอิทธิพลส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในทิศทางเดียวกัน

4. กำหนดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานครประเด็น ดังนี้

ปัจจัยทางการตลาด แนวทางที่นำเอาส่วนประสมการตลาดบริการ มาใช้ปรับ ประงและพัฒนารูปร่างบริการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ มีดังนี้

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวประกอบด้วยสถานที่พำนักระยะยาว สนามกอล์ฟ สถานพยาบาล สถานบริการด้านนวดเพื่อสุขภาพ พบว่า สถานที่ที่จะต้องมีความปลอดภัย มีความรู้สึกเหมือนอยู่ในประเทศของนักท่องเที่ยว มีสิ่งอำนวยความสะดวก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมด้านการตลาดของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในกรุงเทพมหานคร ได้ทำการประชาสัมพันธ์ธุรกิจของตนเองผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ CD โดยฝากการประชาสัมพันธ์ไปยังการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกรุงเทพมหานคร โดยเป็นภาษาจีนและภาษาอังกฤษ รวมถึงการออกนำเสนอสถานประกอบการ (roadshow) ที่เกี่ยวข้องกับงานการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศญี่ปุ่น โดยร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อีกทั้งการประชาสัมพันธ์ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต

ปัจจัยด้านด้านบุคคล ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ได้มีการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษหรือภาษาจีน ตั้งแต่ระดับพื้นฐานในชีวิตประจำวัน จนถึงสามารถโต้ตอบใกล้เคียงกับชาวต่างประเทศ รวมถึงการเอาใจใส่ให้บุคลากรที่บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความสามารถในการบริการที่มีคุณภาพแก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ โดยการฝึกอบรมเพิ่มเติมหรือส่งเสริมให้เรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศต่างๆ เพื่อให้เข้าใจชาวต่างประเทศมากขึ้น

ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ ของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในกรุงเทพมหานคร โดยส่วนใหญ่ได้อาศัยรูปแบบการการจัดสถานที่ประกอบการให้ดูสะอาดสบาย ผ่อนคลาย และมีบรรยากาศของกรุงเทพมหานคร นับได้ว่าเป็นปัจจัยต้น ๆ ที่ควรให้ความสำคัญเพื่อให้ผู้รับบริการได้ประทับใจในสภาพแวดล้อม เนื่องจากสปาเพื่อสุขภาพผู้รับบริการ

จะต้องรับบริการครบทั้ง 5 มิติคือ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส มีการตกแต่งสถานที่ที่มีเอกลักษณ์ ถูกต้องเหมาะสมและสอดคล้องกับวัฒนธรรมไทย สถานที่ต้อนรับแยกออกจากส่วนที่ให้บริการอย่างชัดเจนมีการจัดแสงสว่างอย่างเหมาะสม เพียงพอตามบริเวณให้บริการจะเห็นได้ว่า ปัจจัยด้านสถานที่ใช้บริการควรมีการจัดให้เป็นสัดส่วนให้มีความสวยงาม

ปัจจัยภายนอก เป็น ปัจจัยที่นอกจากความต้องการท่องเที่ยวของเที่ยว ที่เกิดจากปัจจัยที่เกิดจากอำนาจหรือพลังดึงดูดของสถานที่ท่องเที่ยวหรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีดังนี้

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของชุมชน การสร้างงาน การเพิ่มรายได้การกระตุ้นการผลิต แต่อย่างไรก็ตามในส่วนของคุณค่าที่พบมักจะเป็นเรื่องของความไม่ต่อเนื่องของฤดูกาลของการท่องเที่ยวส่งผลให้มีรายได้ไม่ต่อเนื่อง นอกจากนี้ อาจมีประเด็นเกี่ยวกับผลประโยชน์ในชุมชน โดยเฉพาะพื้นที่จัดตั้งร้านค้า การจัดที่จอดรถที่มีอย่างลำบาก และขาดการจัดระเบียบ การทำตลาดโดยความร่วมมือกับภาครัฐ (Cooperating with government) เนื่องจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานในประเทศต่างๆ จะเป็นแหล่งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหาข้อมูลมากที่สุดหากมีหน่วยงานการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครสามารถให้ข้อมูลกับทาง ททท. จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยว หรือ การทำตลาดแบบเพื่อนช่วยเพื่อน (Friend-To-Friend) คือการทำตลาดที่เอาใจใส่ต่อการบริการเนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศนั้นคุณภาพการบริการมากกว่า ค่าใช้จ่าย ดังนั้นผู้ให้บริการควรบริการให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน (Feel at home)

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ควรเน้นด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นซึ่งมีคุณค่าและเป็นทุนเดิมที่มีอยู่ของชุมชน เป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจที่ดีต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น เกิดความรัก ความหวงแหน ภูมิใจวัฒนธรรมของตนเอง เกิดความร่วมมือร่วมใจในการฟื้นฟู สืบทอด และอนุรักษ์วัฒนธรรมส่วนผลกระทบในแง่ลบ ได้แก่ การเกิดปัญหาการขัดแย้งทางวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น การเปลี่ยนแปลงค่านิยม รูปแบบของวัฒนธรรมท้องถิ่น การลดคุณค่าของวัฒนธรรมและศิลปวัตถุ การทำลายศิลปวัตถุของชุมชนท้องถิ่น การทำวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น และ วิถีความเป็นชุมชนท้องถิ่น ได้สร้างความตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมในชุมชนท้องถิ่น ช่วยรักษาพัฒนาปรับปรุงและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมของชุมชน และค้นคว้าแนวทางรักษาสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น ส่วนผลกระทบในทางลบ ได้แก่ เกิดปัญหาการทำลายทรัพยากรในด้านต่างๆ ของชุมชนท้องถิ่น เช่น ทรัพยากรป่า

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูด นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้เดินทางมาท่องเที่ยวได้ ประกอบไปด้วย

ปัจจัยด้านความดึงดูดใจ ในชุมชนมีสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ สถานที่มีความหลากหลายของพืชพันธุ์เฉพาะถิ่นนานาชนิด รวมทั้งมีทัศนียภาพที่สวยงาม ซึ่งตลอดเส้นทางยัง

มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญเป็นสถานที่เอื้อต่อการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวจึงเป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ปัจจัยด้านความสำเร็จจากการท่องเที่ยว มีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) และการมีที่พักอาศัยหรือที่พักผ่อนหย่อนใจ (Accommodation or Rest Areas) ปัจจุบันการเดินทางเข้าถึงชุมชนมีความสะดวก มีถนนลาดยางตลอดเส้นทาง โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงชุมชนได้ทั้งรถยนต์ส่วนตัว รถโดยสาร และรถรับจ้างเหมา โดยทั่วไปในชุมชนมีสถานที่จอดรถยังมีที่พักอาศัยให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การบริการด้านที่พักในลักษณะ Home Stay แต่อย่างไรก็ตามในส่วนของโรงแรมพักและห้องน้ำ อาจยังไม่ได้มาตรฐานในด้านความสะดวกสบาย และระบบสาธารณสุขมูลฐานเท่าที่ควรและ การเข้าถึงตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่าง ๆ นั้นยังขาดการสาธารณสุขปลอดภัยด้านการเข้าถึงแก่นักท่องเที่ยวโดยภาครัฐ เช่น ถนน ขนส่งสาธารณะ เป็นต้น มีเพียงแค่การอำนวยความสะดวกจากภาคเอกชน ทำให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวยังไม่ดีเท่าที่ควร ต้องมีรถหรือเรือจากสถานประกอบการเอกชนเท่านั้นถึงจะเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ การท่องเที่ยวต้องมีเส้นทางหรือเครือข่ายคมนาคมขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่นั่นตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งที่อยู่บริเวณใกล้เคียง อีกทั้งต้องมีที่จอดรถหรือสถานีรถไฟหรือท่าเรือท่าอากาศยานเพื่อให้ธุรกิจการขนส่งสามารถนำนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวยังทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและปลอดภัย

ปัจจัยด้านองค์ประกอบของการบริการ ที่ กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Activity) จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐานในมิติของศักยภาพ การรองรับการท่องเที่ยวของชุมชน และสามารถกำหนดผ่านรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ ความประทับใจ (Amenities) เนื่องจากลักษณะทางกายภาพของชุมชนบ้านดอยปุ๋ยอยู่ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ ซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ ป่าไม้ และน้ำตก ดังนั้น จึงเป็นโอกาสให้ชุมชนสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวที่สนใจในการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมและเชิงนิเวศ อย่างเช่น การจัดเส้นทางเดินป่า ความสะดวกประเภทความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกของสถานที่พักเช่น โรงแรม รีสอร์ททางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความสะดวก ครบครันได้มาตรฐานตามหลักสากล

อภิปรายผลการวิจัย

1. ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพมีอิทธิพลส่งต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในทิศทางเดียวกัน กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบำรุงรักษา (Product and Maintain) ผู้ประกอบการควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการพร้อมกับการดูแลรักษา ไม่ว่าจะเป็นการรักษาความสะอาดในส่วนเครื่องมืออุปกรณ์อย่างสม่ำเสมอตามมาตรฐาน พร้อมจัดให้มีโปรแกรมให้บริการที่หลากหลายรูปแบบครบวงจร ซึ่งเป็นที่นิยมตามความต้องการของผู้ใช้บริการจะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกับคัสชูญาส์ ดวงจันทร์ และนริศา

คำแก่น (2558: 27-46) พบว่า ผู้ใช้บริการมีความต้องการผลิตภัณฑ์และการให้บริการหลากหลายรูปแบบเพื่อต้องการความสวยงามซึ่งเป็นที่นิยมในการดูแลสุขภาพร่างกายและมีความสอดคล้องกับยศชาติ แซวฒนะ (2558 : 174-184) พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์บริการ (Service Product) ธุรกิจสปาควรที่จะมีสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดี รวมทั้งราคา ภัคดียง (2555) พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดสินค้าหรือบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด โดยเริ่มตั้งแต่การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้เป็นที่รู้จัก เน้นการบริการสินค้าที่มีความแตกต่างและมีคุณภาพแก่ทุกกลุ่มบริการ

2. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในทิศทางเดียวกัน ทั้งเนื่องจาก ด้านเศรษฐกิจ ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของชุมชน การสร้างงาน การเพิ่มรายได้การกระตุ้นการผลิต แต่อย่างไรก็ตามในส่วนของจุดอ่อนที่พบมักจะเป็นเรื่องของความไม่ต่อเนื่องของฤดูกาลของการท่องเที่ยวส่งผลให้มีรายได้ไม่ต่อเนื่อง นอกจากนี้ อาจมีประเด็นเกี่ยวกับผลประโยชน์ในชุมชน โดยเฉพาะพื้นที่จัดตั้งร้านค้า การจัดที่จอดรถที่มีอย่างลำบาก และขาดการจัดระเบียบ ด้านสังคม การเปลี่ยนแปลงแผนการประกอบอาชีพช่วยยกมาตรฐานการครองชีพสร้างความสามัคคี ป้องกันการอพยพย้ายถิ่นเสริมสร้างการศึกษาสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น ในอีกด้านหนึ่ง อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและค่านิยมท้องถิ่น ปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยวเนื่องจากการอพยพย้ายถิ่นของชุมชนอื่นเข้ามาเป็นประชากรแฝงเป็น ด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่นซึ่งมีคุณค่าและเป็นทุนเดิมที่มีอยู่ของชุมชน เป็นเสน่ห์ที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจที่ดีต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น เกิดความรัก ความหวงแหน ภูมิใจ วัฒนธรรมของตนเอง เกิดความร่วมมือร่วมใจในการฟื้นฟูสืบทอด และอนุรักษ์วัฒนธรรมส่วน ผลกระทบในแง่ลบ ได้แก่ การเกิดปัญหาการขัดแย้งทางวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น การเปลี่ยนแปลงค่านิยม รูปแบบของวัฒนธรรมท้องถิ่น การลดคุณค่าของวัฒนธรรมและศิลปวัตถุ การทำลายศิลปวัตถุของชุมชนท้องถิ่น การทำวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น และ วิถีความเป็นชุมชนท้องถิ่น ได้สร้างความตระหนักถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมในชุมชนท้องถิ่น ช่วยรักษาพัฒนาปรับปรุงและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมของชุมชน และค้นคว้าแนวทางรักษาสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น ส่วนผลกระทบในทางลบ ได้แก่ เกิดปัญหาการทำลายทรัพยากรในด้านต่างๆ ของชุมชนท้องถิ่น เช่น ทรัพยากรป่า จะเห็นได้ว่า มีความสอดคล้องกับ ศัชชญาน์ ดวงจันทร์ และนริศา คำแก่น (2558 : 27-46) พบว่า บุคคลที่อยู่ในวัยกลางคนขึ้นไปไม่ได้ให้ความสนใจกับการส่งเสริมการตลาดเท่าที่ควร แต่ต้องการผลิตภัณฑ์และบริการที่ดี เพื่อให้ประกอบเป็นแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการปรึกษา เพื่อตัดสินใจเลือกใช้บริการสปา และมีความสอดคล้องกับยศชาติ แซวฒนะ (2558 : 174-184) พบว่า ควรสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจทั้งผู้ประกอบการ การสปาด้วยตนเองและผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันและเป็นการขยายฐานรับบริการอย่างยั่งยืน

3. ปัจจัยด้านความตั้งใจ ปัจจัยด้านความสำราญจากการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านองค์ประกอบของการบริการมีอิทธิพลส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร ในทิศทางเดียวกัน แรงจูงใจหลัก 3 ประการในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ คือการพักผ่อนและคลายเครียด การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใหม่

การเรียนรู้และหาประสบการณ์ใหม่ ส่วนความต้องการหลัก คือ ทำเลที่ตั้งของที่พักรวมความปลอดภัยของเมืองท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติโดยใช้แบบสอบถามวิเคราะห์ ปัจจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวและสรุปงานวิจัย ที่เกี่ยวข้องในต่างประเทศ พบว่า มีงานวิจัยที่ใช้ IPA Model (Importance Performance Analysis) มาวิเคราะห์ผลการวิจัย เช่นกัน คือ Attributes of health and wellness tourism units - an importance - performance analysis (Joana Alegria Quintela) และเรื่อง Applying Importance Performance Analysis to evaluate logistics service quality for online shopping among retailing delivery. (Yu - Kai Huang) และในเรื่องนี้มีการใช้การวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างเชิงเส้น (Structural Equation Model) หรือ SEM ในการวิเคราะห์ข้อมูล เช่นเดียวกับงานวิจัยเรื่อง Exploring the relationship between meditation flow experience and well-being ของ Tzuhui A. Tseng ซึ่งในงานวิจัยเรื่องนี้ ผู้วิจัยใช้หลักในการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่ดัดแปลงมาจากของ Smith and Puczko (2009: 7) เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ซึ่งพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศดังนี้ Segmentation and positioning products and destinations in health and wellness tourism. (Gabriela Cecilia Stanculescu) เรื่อง Australian Wellness Tourism Providers: Definition Typology and Current Status (Cornelia Voigt) ซึ่งแบ่งการท่องเที่ยวแบบส่งเสริมสุขภาพเป็น 3 หลักเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ สปา การใช้ชีวิตอยู่กับธรรมชาติ และการทำสมาธิ จิตวิญญาณ และเรื่อง Implementation of a model of a sustainable wellbeing destination - case Savonlinna town.(Anja Tuohino) ซึ่งเป็นของ Sheldon & Park, 2009 ดัดแปลงมาจาก Ritchie and Crouch, 2003 เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยและการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวก ความน่าสนใจของทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว นโยบายและการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของการท่องเที่ยวแบบส่งเสริมสุขภาพ จากการศึกษาเบื้องต้นโดยส่วนมากเป็นการวิจัยเชิงสำรวจและเชิงคุณภาพ มีเพียงบางเรื่องที่เน้นการวิเคราะห์โดยใช้ SWOT เช่น Health Tourism in Izmir : Potential Strategies and Suggestions. IgePinarh และเน้นในเรื่องของปัจจัยดึงดูด และปัจจัยที่ผลักดันที่มีผลต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น Predicting factors of tourists interest towards wellbeing tourism holidays - A Finnish case (Henna Konu) และ Health and Spa Tourism Business : Tourists Profiles and Motivational Factors. (Inoormazah Azman)

4. กำหนดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เกิดจาก การวางแผนการตลาดร่วมกัน (Planning) เนื่องจาก โครงสร้างของตลาดการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวมีความผูกพันกับ ประสานงานทุกภาคส่วนดังนั้นการวางแผนการตลาดร่วมกัน จะเป็นแรงผลักดันการทำงานในภาพกว้างและจะได้ไม่ทำงานซ้ำซ้อน การพัฒนาสินค้าและบริการ (Product and Service Development) การพัฒนาสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวได้เสนอให้การพัฒนาสินค้าและบริการให้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นหลักเนื่องจากจะได้ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ แต่สิ่งสำคัญที่เป็นข้อห่วงคือ คือจะต้องไม่ทำลายเอกลักษณ์ของกรุงเทพมหานคร การทำตลาดอาศัยโครงข่ายการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay Tourism Networking) เนื่องจากการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวมีหลายหน่วยงานที่

ร่วมกันดำเนินงาน และประกอบกับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ดำเนินการมีหลายปี ดังนั้นการดำเนินการโดยใช้โครงข่ายการท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญ และที่สำคัญหอการค้ากรุงเทพมหานคร จะเป็นศูนย์กลางของการประสานงานการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดให้กับหมู่สมาชิก การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว (Human Resource Development) โดยเฉพาะด้านภาษา และเข้าใจถึงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาวสำหรับชาวญี่ปุ่นสิ่งสำคัญคือการติดต่อสื่อสารและการเข้าใจทางวัฒนธรรม จากนิสัยของชาวญี่ปุ่นพบว่า ชาวญี่ปุ่นจะให้ความสำคัญต่อการบริการของบุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาญี่ปุ่นได้ลำดับแรก การกำหนดราคาของสินค้าและบริการ (Price) ให้เป็นราคาที่สมเหตุสมผล เนื่องจากนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติจะทำการตรวจสอบราคาการบริการสินค้าและบริการจากผู้ให้บริการรายอื่นด้วยหากพบว่า ราคาในการบริการเกินกว่าความจำเป็น นักท่องเที่ยวจะไม่กลับไปใช้บริการกับผู้ให้บริการรายนั้นพร้อมทั้งจะบอกต่อไม่ให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นรายอื่นมาให้ใช้บริการ การตลาดแบบเพื่อนช่วยเพื่อน (Friend-To-Friend) คือการทำตลาดที่เอาใจใส่ต่อการบริการเนื่องจากชาวญี่ปุ่นเน้นคุณภาพการบริการมากกว่า ค่าใช้จ่าย ดังนั้นผู้ให้บริการควรบริการให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความรู้สึกเหมือนอยู่บ้าน (Feel at home) และ การตลาดโดยความร่วมมือกับภาครัฐ (Cooperating with government) เนื่องจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานในประเทศ จะเป็นแหล่งที่นักท่องเที่ยวหาข้อมูลมากที่สุดหากมีหน่วยงานการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครสามารถให้ข้อมูลกับทาง ททท. จะทำให้เกิดความเชื่อมั่นจากนักท่องเที่ยว การเอาบริการส่งเสริมสุขภาพไปเหมารวมเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการให้บริการของหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การใช้บริการสปารวมอยู่กับแพ็คเกจการท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานนั้น ๆ เช่น บริษัทนำเที่ยว เป็นต้นโดยจะต้องอาศัยความร่วมมือหรือความช่วยเหลือจาก เอเยนซีเป็นสื่อกลางในการประสานงานนอกจากใช้ความร่วมมือจากหน่วยงานอื่น ๆ แล้ว ยังต้องนำเอกลักษณ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion) มาช่วยเสริมกลยุทธ์ด้านพันธมิตรจะเห็นได้ว่ามีความสอดคล้องกับศวติ แคว้นนะ (2558 : 174-184) ศึกษาการพัฒนาธุรกิจสปาไทย สู่อุตสาหกรรม: วิธีการทางจิตวิทยาบริการ พบว่า ควรสร้างเครือข่ายพันธมิตรทางธุรกิจทั้งผู้ประกอบการ การสปาด้วยตนเองและผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันเพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกันและเป็นการขยายฐานรับบริการอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรมีการกำหนดนโยบายในระดับจังหวัดและระดับชุมชนท้องถิ่น โดยเฉพาะในจังหวัดและชุมชนท้องถิ่นที่มีความโดดเด่นทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เป็นนโยบายที่ชัดเจนทั้งนโยบายด้านการพัฒนาแผนงานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสมกับบริบทของแต่ละพื้นที่ นโยบายด้านการพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพตามมาตรฐานสมรรถนะ นโยบายด้านการพัฒนามาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว ฯลฯ

2. ในการวิจัยครั้งนี้พบว่าแนวโน้มหรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใจ ประเภท การฝึกจิตสมาธิ นั้นได้รับความสนใจและได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวค่อนข้างสูง อาจจะมีการศึกษาเพื่อพัฒนา

เส้นทาง และรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะเชิง “สุขภาพใจ” ให้มีความครบถ้วน สมบูรณ์ และสามารถใช้เป็นข้อมูลหรือเส้นทางหลัก ในการปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวด้านนี้ได้อย่างแท้จริง

3. รัฐควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างจริงจังในการเร่งพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยให้ได้มาตรฐานในทุกองค์ประกอบ ตามความเชี่ยวชาญและความพร้อมของหน่วยงานหรือองค์กรนั้น ๆ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพหรือการวิจัยในรูปแบบวิธีอื่น ๆ ควบคู่ไปกับการวิจัยเชิงปริมาณโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือระเบียบวิธีวิจัยอื่น ๆ เช่น การสังเกตพฤติกรรม (Focus Group) การศึกษาจากกรณี (Case Study) เพื่อผลที่ได้จากการเก็บข้อมูล จะทำให้ทราบถึงข้อมูลที่แท้จริงมากกว่าการวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลและควรทำวิจัยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ

บรรณานุกรม

- ยศวดี แหว้นนะ. (2558) .การพัฒนาธุรกิจสปาไทยสู่ความยั่งยืน : วิธีการทางจิตวิทยาบริการ . วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี. ปีที่ 4, ฉบับที่ 1 (พ.ค./มิ.ย. 2558), หน้า 174-184.
- รัชดา ภัคดียิ่ง. (2555). กลยุทธ์การจัดการการตลาดแบบ บูรณาการเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจสปาในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ . วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 (พ.ค.-ส.ค. 2555) หน้า 11-25.
- ศัชชญาส์ ดวงจันทร์ และนริศา คำแก่น. (2558). ความคาดหวังต่อการเลือกใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพและความงาม. วารสารวิจัย มสค สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. ปีที่ 11 ฉบับที่ 3 (ก.ย.-ธ.ค. 2558) หน้า 27-46 .
- Ardell, D. B. (1986). *High level wellness: An alternative to doctors, drugs, and disease*. Berkeley, CA: Ten Speed Press.
- Georgieva, M. (2007). *An Introduction to Email Marketing*. E-book: Winn Technology group. Retrieved from <http://www.winntech.net/demand-centerautomation/email-marketing>
- McIntosh, Robert W., and Charles R. Goeldner. (1986). *Tourism : Principles, Practices, Philosophies*. New York : Wiley Press.

Ritchie, J.R.B. & Crouch, G.I.(2003). **The competitive destination: a sustainable tourism perspective**. Wallingford: CABI.

Sheldon, P. J., & Park, S-Y. (2009). “An Exploratory Study of Corporate Social Responsibility in the U.S. Travel Industry.” **Journal of Travel Research**. 50(4), 394-407.

Smith, Melanie and Puczko, Laszlo. (2009). **Health and Wellness Tourism**. Hungary: Elsevier.

ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming ของกลุ่ม Gen X และ Y

Factors that Affect Satisfaction in Using of Movies Online Streaming from Generation X, Y

สถาพร สุขศรีวรรณ¹ รุจีภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความสัมพันธ์ของความคาดหวังของลูกค้า การรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ ที่มีต่อการรับรู้คุณค่าของ สินค้า/บริการ 2) ศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การตลาด ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขายที่มีต่อความพึงพอใจ และ 3) วิเคราะห์อิทธิพลของความคาดหวังของลูกค้า การรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ การรับรู้คุณค่าของ สินค้า/บริการ กลยุทธ์การตลาด ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้เคยใช้บริการภาพยนตร์ออนไลน์ ช่วงอายุ 19 – 38 ปี (Gen Y) จำนวน 200 คน และช่วงอายุ 39 – 54 ปี (Gen X) จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและอิทธิพลด้วยการถดถอยเชิงพหุ

ผลการศึกษาพบว่า

1) ความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการของกลุ่ม Gen X และ Y มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming

2) กลยุทธ์การตลาด ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming

3) ความคาดหวังของลูกค้า การรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ มีอิทธิพลทางอ้อมส่งผ่านการรับรู้คุณค่าของ สินค้า/บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในขณะที่กลยุทธ์การตลาด ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

E-mail: sathaporn2479@gmail.com

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ E-mail: rujipas.po@hotmail.com

คำสำคัญ: ความคาดหวังของลูกค้า, การรับรู้คุณภาพของสินค้าบริการ, การรับรู้คุณค่าของสินค้าบริการ, ความพึงพอใจ

Abstract

This research aims to 1) Studies relations of customer expectations, product and service quality perception towards of product and service value perception. 2) Studies relations of marketing strategies in terms of price and sales promotion that affecting the satisfaction. And 3) the influence analyze of customer expectations, product and service quality perception, product and service value perception, marketing strategies in terms of price and sales promotion that affecting the satisfaction to using online streaming movie service. As sample are online movie services users' groups age range 19 - 38 years (Gen Y), 200 people and age range 39 - 54 years (Gen X), 200 people. The research instruments were online questionnaire. The data analysis by quantitative research methods. The data analysis with causal and influenced relationship model analysis by multiple regression.

The studies found that;

1) The customer expectations and product/service quality perception of Gen X and Y groups there was a positive relations to the product/service value perception for online streaming movie service used.

2) The marketing strategies in terms of price and sales promotion that was a positive relations to the satisfaction for online streaming movie service used.

3) The customer expectations and product/service quality perception having indirect influenced via the product /service value perception that affecting the satisfaction. For the marketing strategies in terms of price and sales promotion having direct influenced toward the satisfaction to online streaming movie service used.

Keywords: Customer Expectation, Products and Services Quality Perceived, Product and Service Perceived Value, Satisfaction

บทนำ

การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตตลอดเวลา ทำให้เกิดการชมภาพยนตร์แบบ Online Streaming เพิ่มขึ้น จากการรายงานของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) เรื่อง “เศรษฐกิจศาสตร์

โรงหนัง” เปิดเผยว่า ในประเทศแถบเอเชีย คนไทยรับชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์เกือบน้อยที่สุดในภูมิภาคนี้ โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 0.5 เรื่องต่อคนต่อปี เมื่อเทียบกับคนญี่ปุ่น 1.5 เรื่องต่อคนต่อปี คนมาเลเซีย 2.1 เรื่องต่อคนต่อปี คนอินเดีย 2.5 เรื่องต่อคนต่อปี คนเกาหลีใต้ 3.3 เรื่องต่อคนต่อปี คนฮ่องกง 3.4 เรื่องต่อคนต่อปี คนสิงคโปร์ 4.3 เรื่องต่อคนต่อปี รวมถึงประเทศที่เป็นผู้ผลิตและส่งออกภาพยนตร์อันดับหนึ่งของโลกอย่างประเทศสหรัฐอเมริกา รับชมภาพยนตร์โดยเฉลี่ย 4.8 เรื่องต่อคนต่อปี (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2557) การถือกำเนิดของแพลตฟอร์ม (Platform) หรือระบบปฏิบัติการที่เป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์ หรือวิดีโอตามคำขอ (Video on Demand) ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา เป็นสิ่งกระตุ้นทำให้ความนิยมในการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่ง (Video Streaming) เพิ่มขึ้น โดยในระยะเวลาประมาณ 1 ปี จำนวนประชาชนในประเทศไทยที่รับชมวิดีโอ ออนไลน์ (Video Online) เป็นประจำทุกวันได้เพิ่มสูงขึ้นจากร้อยละ 45 ในปี 2560 เป็นร้อยละ 57 ในปี 2561 และยอดชมวิดีโอบนโทรศัพท์มือถือของคนไทยอยู่ในอันดับที่ 2 ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยร้อยละ 81 ของประชาชนในประเทศไทยนิยมชมวิดีโอผ่านสมาร์ตโฟนเป็นประจำทุกสัปดาห์ ในขณะที่ประเทศเวียดนาม มีจำนวนผู้ชมวิดีโอผ่านสมาร์ตโฟนเป็นประจำทุกสัปดาห์ถึงร้อยละ 92 (กรุงเทพธุรกิจ, 2561) ซึ่งมีสาเหตุหลักมาจากเนื้อหาสาระความบันเทิง ที่มีอยู่รอบตัวผู้บริโภค สามารถดูได้ตลอด 24 ชั่วโมง รวมถึงผู้ให้บริการสตรีมมิ่งขนาดใหญ่ของโลก เช่น Netflix, Hulu, Amazon Prime Video และเว็บไซต์แบ่งปันวิดีโออย่าง YouTube เป็นแพลตฟอร์มที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมบันเทิง และพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นอย่างมาก อีกทั้งกำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน ทำให้ตลาดของธุรกิจภาพยนตร์มีการแข่งขันจากคู่แข่งที่หลากหลายนอกจากธุรกิจโรงภาพยนตร์ที่มีการเติบโตตามอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของโลก ทำให้การแข่งขันในตลาดที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

จากการสำรวจของสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (ETDA) ได้ศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ประจำปี 2561 พบว่าในช่วงวันหยุด Gen X มีพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตในช่วงวันหยุดมากกว่าช่วงวันทำงาน/วันเรียนหนังสือ โดย จะใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 8 ชั่วโมง 55 นาทีต่อวันในขณะที่ Gen Y จะใช้อินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 11 ชั่วโมง 52 นาทีต่อวันมากที่สุดเมื่อเทียบกับเจนเนอร์ชันอื่น ๆ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2561) จากข้อมูลพฤติกรรมการรับชมภาพยนตร์ที่โรงภาพยนตร์และพฤติกรรมการชมวิดีโอออนไลน์ในประเทศไทย รวมถึงพฤติกรรมของเจนเนอร์ชันต่าง ๆ แสดงให้เห็นว่าผู้ให้บริการสตรีมมิ่ง กลายเป็นแพลตฟอร์มที่มีอิทธิพลต่ออุตสาหกรรมบันเทิงและพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

เนื่องจากผู้บริโภคพยายามเสาะหาบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของตนเองให้ได้มากที่สุด ทำให้ผู้ให้บริการต้องพัฒนาเพื่อตอบสนองลูกค้าและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming ของกลุ่ม Gen X และ Y” โดยเชื่อมโยงแนวคิดแบบจำลอง ACASI (The American customer Index) มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างดัชนีวัดความพึงพอใจของลูกค้ากลยุทธ์

ทางการตลาด สำหรับงานวิจัยฉบับนี้ผู้วิจัยศึกษา 2 ด้านได้แก่ ราคาและการส่งเสริมการขาย เพื่อให้ธุรกิจภาพยนตร์และวิดีโอสตรีมมิ่งสามารถนำข้อมูลไปปรับใช้ วางแผน และพัฒนา เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริงและสอดคล้องกับความต้องการของคนในยุคปัจจุบันอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดในภาพรวมต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ความคาดหวังของลูกค้า ที่มีต่อการรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ และการรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการ ภาพยนตร์ Online Streaming ของกลุ่ม Gen X และ Y
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์การรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการที่มีต่อการรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการ ภาพยนตร์ Online Streaming ของกลุ่ม Gen X และ Y
3. เพื่อศึกษาความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของกลยุทธ์การตลาด ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการขาย ที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming ของกลุ่ม Gen X และ Y
5. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของความคาดหวังของลูกค้า การรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ การรับรู้คุณค่าของ สินค้า/บริการ กลยุทธ์การตลาด ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขายที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H1) : ความคาดหวังของลูกค้า มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการภาพยนตร์ Online Streaming

สมมติฐานที่ 2 (H2) : ความคาดหวังของลูกค้า มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการภาพยนตร์ Online Streaming

สมมติฐานที่ 3 (H3) : การรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming

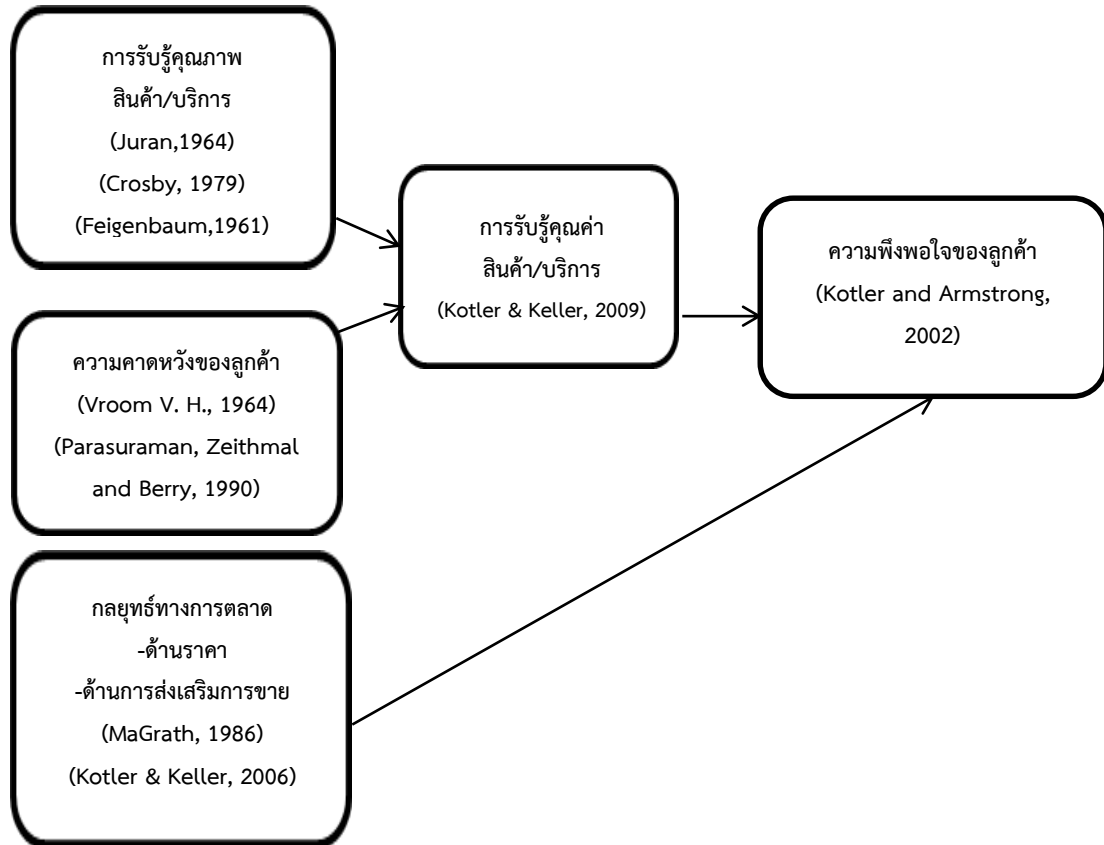
สมมติฐานที่ 4 (H4) : ความคาดหวังของลูกค้า การรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ การรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming

สมมติฐานที่ 5 (H5) : กลยุทธ์การตลาด ด้านราคา มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming

สมมติฐานที่ 6 (H6) : กลยุทธ์การตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยตั้งกรอบการวิจัยเพื่อหาคำตอบโดยลือตามแบบจำลองของ ACSI โดยตัวแปรอิสระ การรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ และความคาดหวังของลูกค้า ส่งผลต่อเนื่องในเรื่อง การรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการ และกลยุทธ์ทางการตลาด ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของลูกค้า



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

วิธีดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยนี้กำหนดประชากร คือ ผู้บริโภคออนไลน์ที่มีประสบการณ์ในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรสัญชาติไทย อายุตั้งแต่ 19-54 ปี โดยแบ่งประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ Generation X (เกิดช่วงปี พ.ศ. 2508-2523) ,Generation Y (เกิดช่วงปี พ.ศ. 2524-2543) (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2561) กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์จำนวนตัวแปรที่ศึกษาของ Hair, Black, Babin and Anderson (2010, pp.100-102) คือ อัตราส่วนระหว่างกลุ่มตัวอย่างต่อจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรเพื่อให้มีความเหมาะสมในการวัดควรเป็นอย่างน้อย 20 ตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปร งานวิจัยฉบับนี้มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 34 ตัวแปร 34×10 ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 340 ตัวอย่าง โดยมีความผิดพลาดไม่เกิน

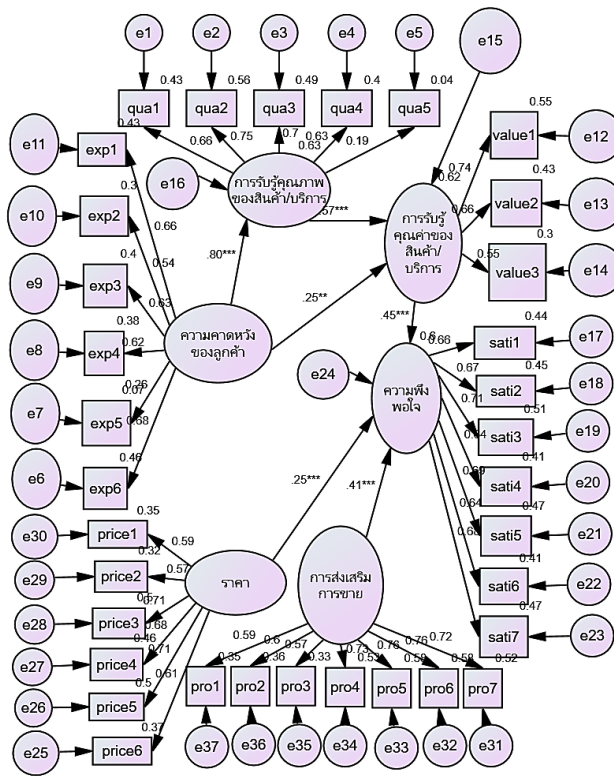
0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการชมภาพยนตร์ออนไลน์ เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ กับกลุ่มผู้ที่เคยใช้บริการชมภาพยนตร์ออนไลน์ โดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด และนำไปทำการวิเคราะห์หาความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามรายข้อ โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้ค่าความเชื่อถือได้อยู่ระหว่าง 0.820 – 0.887 (ค่าตอบมีความสอดคล้องกันมาก) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556) และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ทีละตัวมีค่าไม่เกิน 0.8 แสดงว่าปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ multicollinearity (ยูทธ ไกยวรรณ, 2556) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้อยู่ระหว่าง 0.314-0.609

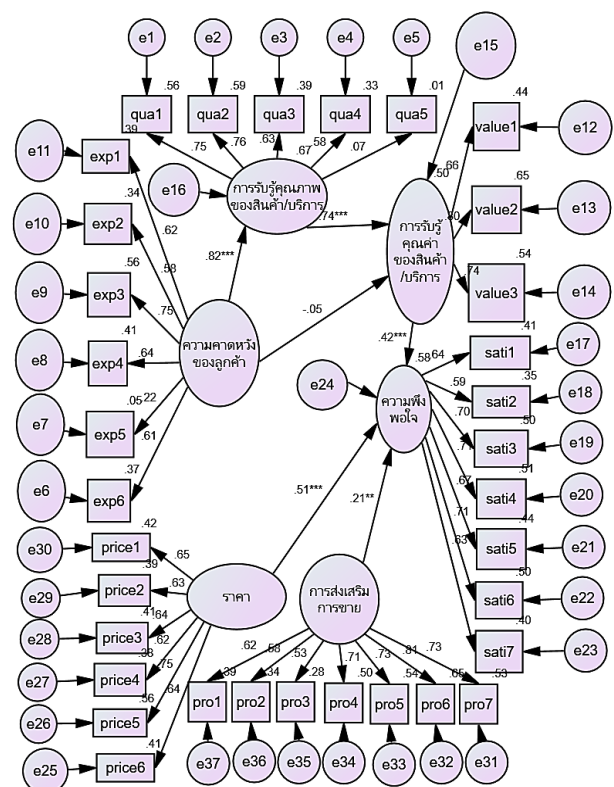
การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านออนไลน์ จำนวน 400 ชุด และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

การทดสอบแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM Model) ของกลุ่ม Gen X, Y (ภาพที่ 2) พบว่า มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 603.653$, p -value=.000, GFI=.919, CFI=.976, RMR=.037, RMSEA=.026) ค่าอัตราส่วนของไค-สแควร์กับ degree of freedom (χ^2 / df) มีค่าเท่ากับ 1.274 กลุ่ม Gen X (ภาพที่3) พบว่า มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 501.830$, p -value=.218, CFI=.991, RMR=.043, RMSEA=.016) ค่าอัตราส่วนของไค-สแควร์กับ degree of freedom (χ^2 / df) มีค่าเท่ากับ 1.050 และกลุ่ม Gen Y (ภาพที่4) พบว่า มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 449.119$, p -value=.681, CFI=1.000, RMR=.042, RMSEA=.000) ค่าอัตราส่วนของไค-สแควร์กับ degree of freedom (χ^2 / df) มีค่าเท่ากับ 0.968 ค่าที่ยอมรับได้ว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่กำหนดว่า χ^2 ต้องมีค่า มากกว่า .05 และค่าดัชนี GFI ควรมีค่ามากกว่า .90, CFI ควรมีค่ามากกว่า .95, ค่า RMR ควรมีค่าน้อยกว่า .05 และค่า RMSEA ควรมีค่าน้อยกว่า .05 โมเดลมาตรวัดจึงมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (ยูทธ ไกยวรรณ, 2556)



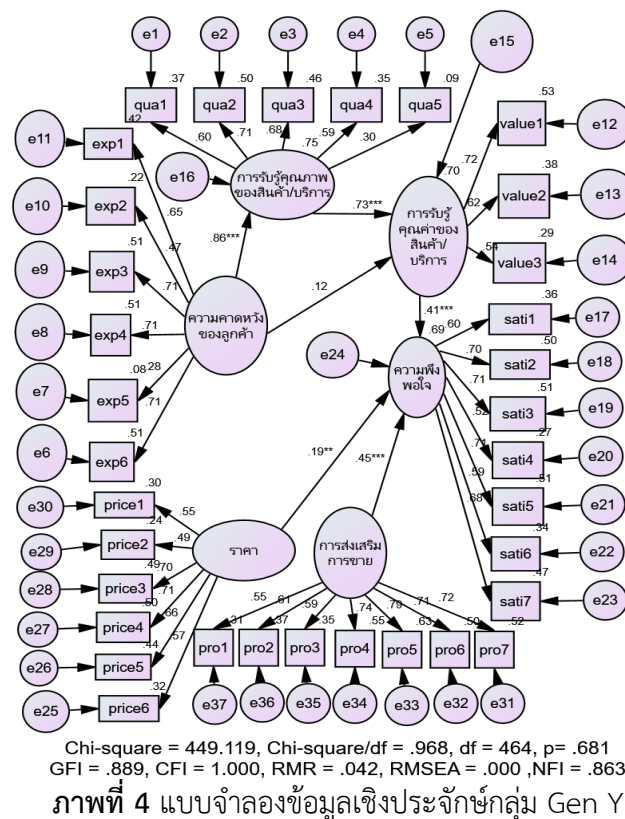
Chi-square = 603.653, Chi-square/df = 1.274, df = 474, p= .000
 GFI = .919, CFI = .976, RMR = .037, RMSEA = .026 ,NFI = .900

ภาพที่ 2 แบบจำลองข้อมูลเชิงประจักษ์กลุ่ม Gen X, Y



Chi-square = 501.830, Chi-square/df = 1.050, df = 478, p= .218
 GFI = .874, CFI = .991, RMR = .043, RMSEA = .016 ,NFI = .850

ภาพที่ 3 แบบจำลองข้อมูลเชิงประจักษ์กลุ่ม Gen X



ผลการวิจัย

1. ความคาดหวังของลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ และการรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming ของกลุ่ม Gen X และ Y
2. การรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการ ภาพยนตร์ Online Streaming ของกลุ่ม Gen X และ Y
3. ความคาดหวังของลูกค้า การรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming ของกลุ่ม Gen X และ Y
4. กลยุทธ์ทางการตลาด ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming ของกลุ่ม Gen X และ Y
5. ความคาดหวังของลูกค้า การรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ มีอิทธิพลทางอ้อมส่งผ่านการรับรู้คุณค่าของ สินค้า/บริการส่งผลต่อความพึงพอใจ ในขณะที่กลยุทธ์การตลาด ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming โดยความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกลุ่ม Gen X ได้รับอิทธิพลจากราคามากกว่าผู้ให้บริการ

กลุ่ม Gen Y ในขณะที่ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการกลุ่ม Gen Y ได้รับอิทธิพลจากการส่งเสริมการขายมากกว่าผู้ใช้บริการกลุ่ม Gen X

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สมมติฐานข้อที่ 1 และข้อที่ 2 พบว่า ความคาดหวังของลูกค้า มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการและการรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming ของกลุ่ม Gen X และ Y โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรลดา ทานุสาร (2559) ที่พบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณภาพของการบริการ และผลงานวิจัยของสุเมธ สุทธิประเสริฐพร (2558) พบว่า ความคาดหวังของลูกค้าส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการ ลูกค้านำความคาดหวังก่อนการให้บริการมาให้น้ำหนักหรือให้ความสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิด Fornell et al.(1996) ที่กล่าวถึงแบบจำลอง American Customer Satisfaction Index (ACSI) ที่แสดงให้เห็นถึงความคาดหวังของลูกค้า มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ ทั้งในรูปแบบการตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล (Customization) และในแง่ความเชื่อถือ (Reliability)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และสมมติฐานข้อที่ 3 พบว่า การรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรลดา ทานุสาร (2559) ที่พบว่า การรับรู้คุณภาพของการบริการส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของการบริการ และสอดคล้องกับแนวความคิด Fornell et al. (1996) ที่กล่าวว่า การรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการที่ลูกค้าได้รับ (Perceived Quality) ส่งผลให้ลูกค้าตระหนักถึงคุณค่าของการบริการเพิ่มขึ้นด้วย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 และสมมติฐานข้อที่ 4 พบว่า ความคาดหวังของลูกค้า การรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming ของกลุ่ม Gen X และ Y โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของสุเมธ สุทธิประเสริฐพร (2558) พบว่า ความคาดหวังของลูกค้า และการรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ ส่งผลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการ และสอดคล้องกับแนวความคิด Fornell et al. (1996) ที่กล่าวว่าความคาดหวังต่อตัวสินค้า/บริการของลูกค้า และการรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้า/บริการว่ามีคุณภาพสูง จะส่งผลให้สินค้า/บริการนั้นดูมีคุณค่าเพิ่มมากขึ้น

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 สมมติฐานข้อที่ 5 และข้อที่ 6 พบว่า กลยุทธ์การตลาด ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการขายมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความพึงพอใจในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming ของกลุ่ม Gen X และ Y โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิตา เสถียรโชค (2560) ที่พบว่าราคาและการส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและสอดคล้องกับแนวความคิด Kotler และ Keller (2006) ที่กล่าวถึงกลยุทธ์ทาง

การตลาด (7Ps) ด้านราคาและการส่งเสริมการขายเป็นอีกหนึ่งตัวแปรที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการ เพิ่มความได้เปรียบทางการแข่งขัน ช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ง่ายขึ้น

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 พบว่า ความคาดหวังของลูกค้า การรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ มีอิทธิพลทางอ้อมส่งผ่านการรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการส่งผลต่อความพึงพอใจ ในขณะที่กลยุทธ์ทางการตลาด ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming โดยสอดคล้องงานวิจัยของสุเมธ สุทธิประเสริฐพร (2558) พบว่า ความคาดหวังของลูกค้า การรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ มีอิทธิพลทางอ้อมส่งผ่านการรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการส่งผลต่อความพึงพอใจ และสอดคล้องกับแนวความคิด Fornell et al.(1996) ที่กล่าวถึงแบบจำลอง American Customer Satisfaction Index (ACSI) ที่ว่า ความคาดหวังที่ลูกค้าต้องการให้เกิดขึ้นและการรับรู้ถึงคุณภาพของสินค้า/บริการที่เหมาะสมนำไปสู่การซื้อสินค้าที่มีคุณค่าสูงสุดที่ลูกค้ารับรู้ได้ ทำให้เกิดความพึงพอใจที่จะใช้สินค้า/บริการนั้น ในขณะที่กลยุทธ์การตลาด ราคาและการส่งเสริมการขายมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming สอดคล้องงานวิจัยของชนิตา เสถียรโชค (2560) ที่พบว่า ปัจจัยด้านราคาและด้านการส่งเสริมการขาย มีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการและสอดคล้องกับแนวความคิด Kotler และ Keller (2006) ที่กล่าวถึงกลยุทธ์ทางการตลาด (7Ps) ว่า ราคาและการส่งเสริมการขายเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือทางการตลาดพื้นฐานเพื่อต่อสู้แข่งขันกันในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งจะส่งผลโดยตรงกับความพึงพอใจของลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้

ผู้ให้บริการภาพยนตร์บนอินเทอร์เน็ตควรสร้างให้ผู้ให้บริการเกิดการรับรู้ในคุณค่าของสินค้าและบริการ ผ่านทางการสร้างความคาดหวัง คุณภาพของสินค้าหรือบริการเหมาะสมกับช่วงวัยของกลุ่มผู้ใช้บริการ ได้แก่ คุณภาพของภาพ เสียง มีระบบการใช้งานที่สะดวกฟังก์ชันการดาวน์โหลดรายการเก็บไว้ดูภายหลัง ความน่าสนใจของภาพยนตร์ ไม่มีการโฆษณาในระหว่างการชม ไม่ละเมิดลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ที่นำมาให้บริการ มีภาพยนตร์และซีรีส์หลายประเภท ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพและความต้องการของผู้บริโภค การส่งเสริมการขายที่กระตุ้นให้กลุ่มผู้ใช้บริการสนใจเลือกใช้บริการแตกต่างจากผู้ให้บริการรายอื่นที่เป็นคู่แข่ง เช่น สมาชิกได้รับชมแบบทุกที่ ทุกเวลา ผ่านทางหน้าจอของอุปกรณ์ใดก็ได้ที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต สมาชิกสามารถเล่นหรือหยุดรับชมชั่วคราว และกลับมาชมต่อได้อย่างสะดวกสบาย โดยไม่มีโฆษณาคั่นหรือข้อผูกมัดใด ๆ ใช้สื่อออนไลน์ในการสื่อสารกับกลุ่มผู้ใช้บริการอย่างสม่ำเสมอ และสิ่งสำคัญที่ผู้ให้บริการภาพยนตร์บนอินเทอร์เน็ตควรตระหนักคือ ผู้ใช้บริการต้องได้รับความบันเทิง ผ่อนคลายและความเพลิดเพลินในการใช้บริการ

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการภาพยนตร์ Online Streaming เพิ่มเติม เนื่องจากปัจจัยที่ให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจไม่ได้มีเพียงปัจจัยที่ทางผู้วิจัยนำมาวิจัยเท่านั้น แต่เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ อีกด้วย เช่น แรงจูงใจ และการยอมรับเทคโนโลยี

บรรณานุกรม

- กำพล แก้วสมนึก. (2552). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพการบริการ ของบริษัท พรซิชั่น ทูลส์เซอร์วิส (ประเทศไทย) จำกัด. การศึกษาเฉพาะบุคคล หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. กรุงเทพมหานคร. (2561). ธุรกิจโรงภาพยนตร์ยังคงเฟื่องฟู. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : <https://www.bangkokbiznews.com/pr/detail/46633> [2562, 8 สิงหาคม]
- กัลยา วาณิชบัญชา. (2556). การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง SEM ด้วย AMOS. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิราพร วรเวชวิทยา. (2559). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้องอาหารครัวเมืองราช. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ฉัตรลดา ทานุสาร. (2559). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้งานระบบสารสนเทศในการปฏิบัติงานในองค์กร. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนิตา เสถียรโชค. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ซื้อสินค้าผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์บน Lazada. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เบญจมาศ ศรีอมรรัตนกุล. (2559). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยแบบจำลอง ACSI. วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- ยูทธ์ ไกยวรรณ. (2556). การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วย AMOS. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรท ธรรมวิทยาภูมิ. (2558). การศึกษาความพึงพอใจและความภักดีของผู้ใช้บริการสถานีบริการน้ำมันในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2557). เศรษฐศาสตร์โรหนัง. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : <https://tdri.or.th/2014/10/thinkx2-64/> [2562, 8 สิงหาคม]

- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์(องค์การมหาชน). (2561). **ผลสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตประเทศไทย ปี 2561**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <https://www.etda.or.th/content/etda-reveals-thailand-internet-user-profile-2018.html> [2562, 8 สิงหาคม]
- สุเมธ สุทธิประเสริฐพร. (2558). **การศึกษาความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์บรรเทาอาการระคายคอบของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Fornell, C., Johnson, M. D., Anderson, E. W., Cha, J., & Bryant, B. E. (1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose and Findings. **Journal of Marketing**. 60(October 1996): 7-18.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate data analysis: A global perspective**. (7th ed). New Jersey : Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin. (2006). **Marketing Management**. (Twelfth Edition). New Jersey : Pearson Education, Inc.

การพัฒนาหลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
เรื่อง สมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1
Development of Linear Equation with One Variable Curriculum to
Develop Academic Achievement for grade 7 Students

ปจรรย์นัฐ ทาจันทร¹ ดวงจันทร์ เดียววิไล²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาหลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 และ 2) ศึกษาผลการใช้หลักสูตร กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักเรียนชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนชุมชนบ้านจัววิทยา ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 13 คน เป็นการวิจัยแบบกึ่งทดลองเครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วยหลักสูตรคณิตศาสตร์ที่พัฒนาขึ้น แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ได้หลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหน่วยการเรียนรู้ จำนวน 4 หน่วย ดังนี้ 1) เตรียมพร้อมก่อนเรียนรู้สมการเส้นตัวแปรเดียว 2) สมการและคำตอบของสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว 3) การแก้สมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว และ 4) การแก้โจทย์ปัญหาสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว และแผนการจัดการเรียนรู้แบบวัฏจักรการเรียนรู้ 5 ขั้น (5Es) 14 แผน มีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก

2. ผลการใช้หลักสูตรพบว่าคะแนนผลสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่า ก่อนเรียน มีคะแนนเฉลี่ย 22.85 (S.D = 2.82) และ 11.15 (S.D = 3.85) ตามลำดับ

คำสำคัญ: การพัฒนาหลักสูตร, พัฒนาผลสัมฤทธิ์, สมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว

Abstract

The objectives of this research were to 1) develop the linear equation with one variable curriculum for developing academic achievement for grade 7 students and 2)

¹ นักศึกษาระดับปริญญาตรีสาขาคณิตศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
e-mail : wanwisathachan@gmail.com

² อาจารย์ประจำหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

study the results of the implementation of the curriculum. The target group was 13 grade 7 students in Chumchonbanjuawittaya School, semester 2, academic year 2019. It was a quasi-experimental research. The tools were the developed mathematics curriculum, and the achievement test. The data was analyzed by using mean, standard deviation and percentage.

The results found that

1. There was the mathematics curriculum to develop learning achievement. Which composed of 4 learning units: 1) Preparation before learning the equation for one single variable 2) Equations and answers of one variable linear equation 3) Solving the linear variable single variable and 4) Solving problems in a single variable linear equation. The learning units and 14 lesson plans using Inquiry Cycle (5Es) had suitable average, at high level.

2. The result of the implementation was that the students posttest scores were higher than pretest scores (posttest mean=22.85, S.D = 2.82, pretest mean =11.15, S.D = 3.85), respectively.

Keywords: Curriculum Development, Academic Achievement, Linear Equation with One Variable

บทนำ

คณิตศาสตร์มีบทบาทสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จในการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เนื่องจากคณิตศาสตร์ช่วยให้มนุษย์มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คิดอย่างมีเหตุผล เป็นระบบ มีแบบแผน สามารถวิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์ได้อย่างรอบคอบและถี่ถ้วน ช่วยให้คาดการณ์ วางแผน ตัดสินใจ แก้ปัญหา ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และสามารถนำไปใช้ในชีวิตจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560 : 1) ทักษะที่จำเป็นสำหรับการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 คือ การเตรียมผู้เรียนให้มีทักษะด้านการคิดวิเคราะห์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณ การแก้ปัญหาคิดสร้างสรรค์ การใช้เทคโนโลยี การสื่อสารและการร่วมมือ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้เรียนรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของระบบ เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมสามารถแข่งขันและอยู่ร่วมกับประชาคมโลกได้ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560 : 1)

จากรายงานผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาตินัยพื้นฐาน (O-NET) ในปีการศึกษา 2561 คะแนนเฉลี่ยวิชาคณิตศาสตร์ของโรงเรียนชุมชนบ้านจิววิทยามีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 24.21 ต่ำกว่าระดับประเทศที่มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 30.04 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยในแต่ละปี

การศึกษา มาตรฐานการเรียนรู้ที่โรงเรียนควรเร่งพัฒนาเนื่องจากคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่าระดับประเทศ มาตรฐานหนึ่งได้แก่ มาตรฐาน ค 4.2 ใช้นิพจน์ สมการ อสมการ กราฟ และตัวแบบเชิงคณิตศาสตร์ (mathematical model) อื่นๆ แทนสถานการณ์ต่าง ๆ ตลอดจนแปลความหมายและนำไปใช้แก้ปัญหาซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า ระดับประเทศ (สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ : สทศ. ออนไลน์, 2561) และในปีการศึกษาที่ผ่านมาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาวิชาคณิตศาสตร์เรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวส่วนใหญ่อยู่ในเกณฑ์ต่ำและพอใช้ และการแก้ปัญหาเป็นกระบวนการ ที่จะทำให้นักเรียนมีทักษะในการนำความรู้คณิตศาสตร์ไป ใช้งานจริง ครูผู้สอนจึงควรส่งเสริมให้นักเรียนได้เรียนรู้ ฝึกฝน และพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหา อย่างต่อเนื่อง (สสวท., 2555 : 77)

ในการจัดการเรียนการสอนคณิตศาสตร์ ครูควรจัด เนื้อหาให้เหมาะสมกับวัยและความสามารถของผู้เรียนเน้น การมีส่วนร่วมของผู้เรียน วิธีการจัดการเรียนรู้คณิตศาสตร์โดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และสามารถพัฒนาคุณภาพ การเรียนรู้ของผู้เรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น มีด้วยกันหลากหลายรูปแบบ วิธีการสอนหนึ่ง คือรูปแบบกระบวนการจัดการเรียนรู้แบบ 5Es การจัดกิจกรรมการเรียนรู้กระบวนการจัดการเรียนรู้แบบ วัฏจักรการเรียนรู้ 5 ขั้น (5Es) หรือวัฏจักรการสืบเสาะหาความรู้มีชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า Inquiry Cycle เป็นรูปแบบที่สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีนำมาเสนอแนะเป็นแนวทางในการจัดการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับแนวคิดของ ทฤษฎีคอนสตรัคติวิสต์ที่เชื่อว่าการเรียนรู้เกิดขึ้นในตัวของผู้เรียนเอง โดยครูเป็นผู้กระตุ้น อำนวยความสะดวก ชักถามและจัดสถานการณ์ให้เหมาะสมกับความรู้เดิมของผู้เรียน เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนคิดและเชื่อมโยงความรู้เอง เกิดการเรียนรู้ที่มีความหมาย เก็บไว้ในหน่วยความจำระยะยาวเหมาะสมในการนำมาพัฒนาทักษะการคิดของเด็กไทยได้ ซึ่งวิธีการสืบเสาะหาความรู้ดังกล่าว ได้ยึดตามแนวทางของนักการศึกษากลุ่ม BSCS (Biological Science Curriculum Study) โดยเสนอขั้นตอนในการเรียนการสอนเป็น 5 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นสร้างความสนใจ (Enganement) เป็นการนำเข้าสู่บทเรียน หรือเรื่องที่สนใจ ซึ่งอาจเกิดขึ้นจากความสงสัยของนักเรียนเอง หรือเรื่องที่เชื่อมโยงกับความรู้เดิม เป็นตัวกระตุ้นให้สร้างคำถาม และกำหนดประเด็นที่จะศึกษา 2) ขั้นสำรวจและค้นหา (Exploration) เป็นขั้นที่มีการวางแผนกำหนดแนวทางสำรวจตรวจสอบ ตั้งสมมติฐาน ลงมือปฏิบัติ เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลอย่างพอเพียงที่จะใช้ในขั้นต่อไป 3) ขั้นอธิบายและลงข้อสรุป (Explanation) นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจตรวจสอบมาแล้ว มาวิเคราะห์ แปลผล สรุปผลและนำเสนอผลที่ได้ในรูปแบบต่างๆ 4) ขั้นขยายความรู้ (Elaboration) เป็นการนำความรู้ที่สร้างขึ้นไปเชื่อมโยงกับความรู้เดิม หรือแนวคิดที่ได้ค้นคว้าเพิ่มเติมหรือข้อสรุปที่ได้ไปใช้อธิบายสถานการณ์หรือเหตุการณ์อื่น ๆ ทำให้เกิดความรู้ที่กว้างขวางขึ้น 5) ขั้นประเมิน (Evaluation) เป็นการประเมินการเรียนรู้อย่างไรบ้าง ว่านักเรียนมีความรู้อะไรบ้าง อย่างไร มากน้อยเพียงใดจากขั้นนี้จะเป็นการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในเรื่องอื่น ๆ โดยเรียกวิธีการสอนแบบนี้ว่า วัฏจักรการเรียนรู้ 5 ขั้น หรือการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบ 5Es ทำให้นักเรียนได้ฝึกคิดให้ลึกซึ้งหรือกว้างไกลมากขึ้นกว่าเดิม

จะช่วยทำให้สามารถพัฒนาทักษะกระบวนการคิดขั้นสูงซึ่งประกอบด้วย การคิดอย่างมีวิจารณญาณ ความคิดสร้างสรรค์ การคิดวิเคราะห์ สังเคราะห์ การตัดสินใจและการแก้ปัญหาได้ดียิ่งขึ้น นักเรียนจะเป็นผู้ใฝ่รู้ใฝ่เรียนมากขึ้น (สมบัติ การจนารักพงศ์และคณะ, 2549 : 5)

จากแนวคิดของนักการศึกษาที่กล่าวถึงขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ตามกระบวนการจัดการเรียนรู้แบบวัฏจักรการเรียนรู้ 5 ขั้น (5Es) พบว่า วิธีการสอนตามกระบวนการจัดการเรียนรู้แบบ (5Es) เป็นวิธีการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ส่งเสริมให้ผู้เรียนใช้ทักษะกระบวนการทางคณิตศาสตร์ในการแสวงหาและค้นพบความรู้ด้วยตนเอง ผ่านการลงมือปฏิบัติอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ผู้เรียนมีความรู้และทักษะ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและผู้อื่นได้เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยมุ่งที่จะพัฒนาหลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการโดยมีการจัดเรียงเนื้อหาให้เหมาะกับวัยและความสามารถของผู้เรียน ร่วมกับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้กระบวนการจัดการเรียนรู้แบบวัฏจักรการเรียนรู้ 5 ขั้น (5Es)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาหลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1
2. เพื่อศึกษาผลการใช้หลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1

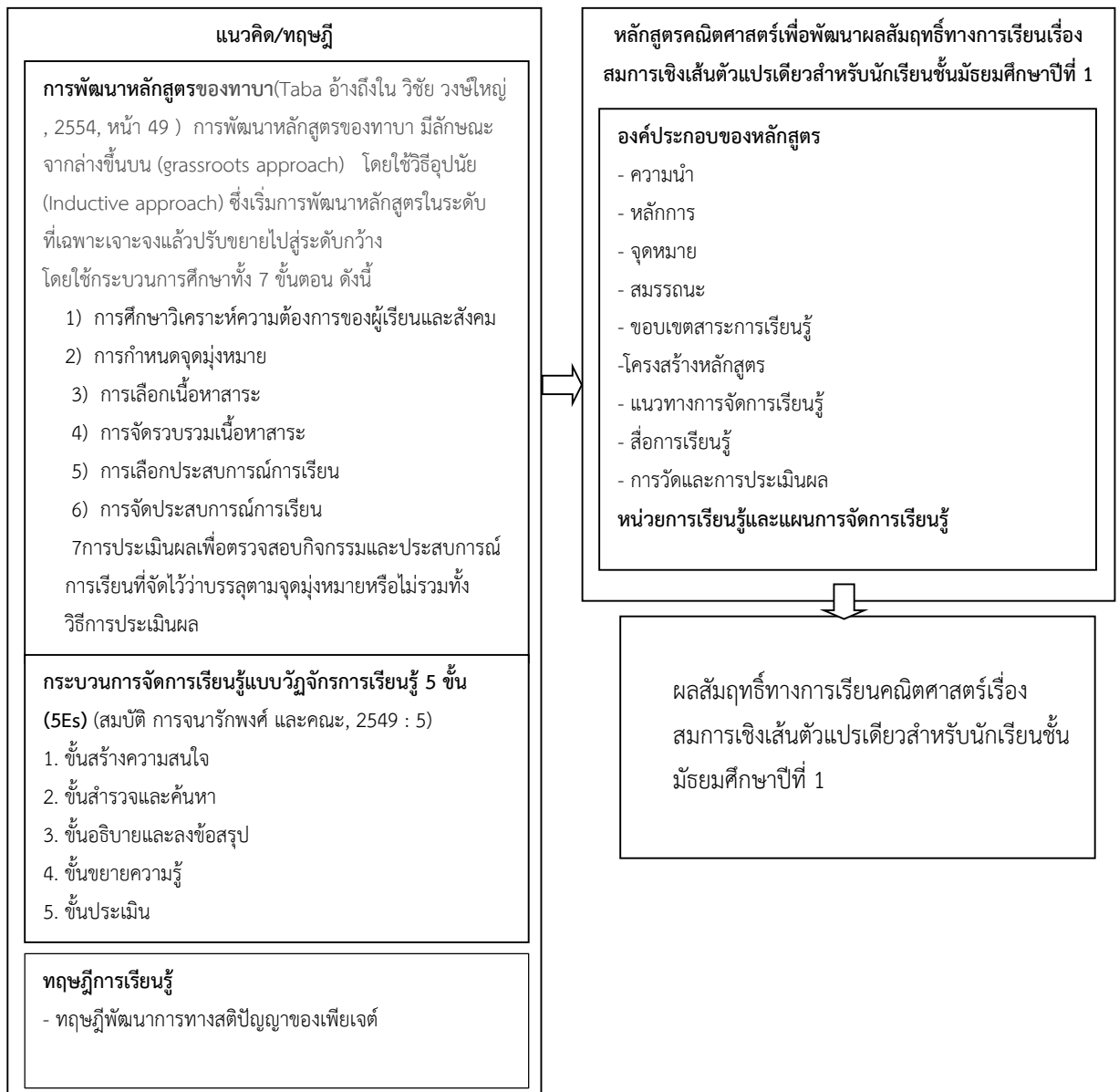
ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัยเป็นเนื้อหากลุ่มสาระคณิตศาสตร์ เรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โดยอิงตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2551 (ปรับปรุง 2560) ประกอบไปด้วย

- 1) เตรียมพร้อมก่อนเรียนรู้สมการเส้นตัวแปรเดียว
- 2) สมการและคำตอบของสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว
- 3) การแก้สมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว
- 4) การแก้โจทย์ปัญหาสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว

กรอบแนวความคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดการพัฒนาหลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นเป็นการวิจัยแบบกึ่งทดลอง

กลุ่มเป้าหมาย คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โรงเรียนชุมชนบ้านจ้ววิทยา ภาคเรียนที่ 2

ปีการศึกษา 2562 จำนวน 13 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในครั้งนี้ มี 2 ชุด ได้แก่

1) เครื่องมือที่ใช้ในการพัฒนา

1.1 หลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

1.2 หน่วยการจัดการเรียนรู้และแผนการจัดการเรียนรู้หลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน เรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น 1 ฉบับ ชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ

การหาคุณภาพของเครื่องมือ มีขั้นตอนดังนี้

1) การสร้างและหาคุณภาพหลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 และหน่วยการเรียนรู้และแผนการจัดการเรียนรู้

1.1 การสร้างหลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ผู้วิจัยใช้แนวคิดในการพัฒนาหลักสูตรของทาบ (อ้างถึงใน วิชัย วงษ์ใหญ่, 2554, หน้า 49) ซึ่งมีอยู่ 7 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การศึกษาวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียนและสังคม 2) การกำหนดจุดมุ่งหมาย 3) การเลือกเนื้อหาสาระ 4) การจัดรวบรวมเนื้อหา 5) การเลือกประสบการณ์การเรียนรู้ 6) การจัดองค์ประกอบของประสบการณ์การเรียนรู้ 7) การประเมินผลเพื่อตรวจสอบกิจกรรมและประสบการณ์การเรียนรู้ ที่จัดไว้ว่าบรรลุตามจุดมุ่งหมายหรือไม่ รวมทั้งวิธีการประเมินผล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์เอกสารต่างๆและใช้กระบวนการพัฒนาหลักสูตรของ Taba ในการสร้างหลักสูตรจึงได้สร้างหลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1

1.2 สร้างหน่วยการจัดการเรียนรู้ และแผนการจัดการเรียนรู้หลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีองค์ประกอบ ดังนี้ 1) หน่วยการเรียนรู้ 4 หน่วย 2) แผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 14 แผน โดยใช้การจัดกระบวนการเรียนรู้แบบวัฏจักรการเรียนรู้ 5 ขั้น (5Es)

1.3 นำหลักสูตร หน่วยการเรียนรู้ และแผนการจัดการเรียนรู้หลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อขอคำแนะนำมาปรับปรุง

1.4 ปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1.5 ยื่นขอรับพิจารณาจริยธรรมการวิจัย และจะไม่เริ่มดำเนินการวิจัยจนกว่าจะได้รับการอนุมัติให้ดำเนินการวิจัยจากคณะกรรมการวิจัยในมนุษย์ เอกสารรับรองเลขที่ E 2562-D46

1.6 นำหลักสูตร หน่วยการเรียนรู้ และแผนการจัดการเรียนรู้หลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ประเมินความเหมาะสมของหลักสูตรหลักสูตร และหน่วยการเรียนรู้และแผนการจัดการเรียนรู้

2) การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

หลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ใช้แบบทดสอบเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น 1 ฉบับ ชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ

การสร้างและหาคุณภาพของแบบทดสอบ ผู้วิจัยได้ดำเนินการ ดังนี้

2.1 ศึกษาเอกสารและหลักการเกี่ยวกับวิธีสร้างแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน ตามจุดประสงค์ แบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก

2.2 วิเคราะห์จุดประสงค์การเรียนรู้และเนื้อหา เพื่อสร้างแบบทดสอบให้มีความตรงตามเนื้อหาและจุดประสงค์การเรียนรู้

2.3 สร้างแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน ให้ครอบคลุมจุดประสงค์การเรียนรู้และสมรรถนะรายวิชา โดยแบบทดสอบเป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 50 ข้อ

2.4 นำแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนที่สร้างขึ้นเสนอประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ตรวจสอบคุณภาพและนำมาปรับปรุงแก้ไข

2.5 นำแบบทดสอบทางการเรียนให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่านพิจารณาความสอดคล้องระหว่างจุดประสงค์การเรียนรู้กับแบบทดสอบแต่ละข้อโดยใช้สูตร (IOC)

2.6 นำผลการประเมินแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านพิจารณาความสอดคล้องระหว่างจุดประสงค์การเรียนรู้กับแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนแต่ละข้อแล้วคัดเลือกข้อสอบที่มีแล้วคัดเลือกข้อสอบที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.67 ถึง 1.00 เป็นข้อสอบที่มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

2.7 วัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเสนอต่อที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อทำการตรวจสอบอีกครั้ง แล้วนำไปปรับปรุงและจัดพิมพ์เป็นแบบฉบับทดลอง

2.8 นำแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่มีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจำนวน 50 ข้อนำไปทดลองใช้กับนักเรียนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อจำแนกความยากง่ายและมีอำนาจจำแนกของแบบทดสอบวิเคราะห์แบบทดสอบแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนโดยนำผลการทดสอบมาวิเคราะห์

หาค่าความยากง่ายค่าอำนาจจำแนกค่าความเชื่อมั่นโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูปที่พัฒนาโดยปรกรณ์ ประจัญบาน และคัดเลือกข้อสอบที่มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไปเพื่อไปใช้ในการทดลองจริงผลการวิเคราะห์ข้อสอบมีค่าความยากง่ายระหว่าง 0.25 ถึง 0.80

2.9 นำแบบทดสอบ 30 ข้อ เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งก่อนนำไปทดลองใช้กับ นักเรียนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบทดสอบทั้งฉบับอีกครั้ง โดยการใช้โปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูปที่พัฒนาโดยปรกรณ์ ประจัญบานผลการวิเคราะห์มีความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88 นำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่คัดเลือกไว้แล้วจำนวน 30 ข้อไปใช้จริงกับกลุ่มทดลอง

การเก็บรวบรวมข้อมูลและขั้นตอนการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลหลังจากที่มีการปรับปรุงแก้ไขหลักสูตรแล้วขั้นตอนต่อไปคือการนำหลักสูตรไปใช้โดยการทดลองใช้หลักสูตรนั้นผู้วิจัยดำเนินการโดยจัดกิจกรรมการเรียนรู้ หลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปางถึงโรงเรียนชุมชนบ้านจัววิทยา เพื่อขออนุมัติการศึกษาวิจัย

2. ผู้วิจัยนำเอกสารข้อมูลคำอธิบายสำหรับผู้เข้ารับการวิจัย (Information sheet for research participant) และเอกสารแสดงความยินยอมเข้าร่วมในโครงการวิจัย สำหรับผู้แทนโดยชอบธรรม/ผู้ปกครอง (Informed Consent Form) ให้ผู้ปกครองพิจารณา

3. ดำเนินการทดลองตามแผนการศึกษาวิจัย และทำการทดลองจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ตามหลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 โดยผู้วิจัยเป็นผู้จัดกิจกรรมเอง ดังนี้

3.1 แจ้งให้นักเรียนกลุ่มเป้าหมายทราบและทำความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการจัดการเรียนการสอนการจัดกิจกรรมและบทบาทของนักเรียน เป้าหมายของการเรียนจุดประสงค์ของการเรียนวิธีการวัดและประเมินผลการเรียนในการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามหลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1

3.2 ทดสอบก่อนเรียน (pre test) ด้วยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

3.3 ดำเนินการสอนโดยใช้กระบวนการเรียนรู้แบบวัฏจักรการเรียนรู้ 5 ขั้น (5Es) ตามแผนการจัดการเรียนรู้

3.4 ทำการวัดและประเมินผล ทดสอบหลังเรียน (post test) ด้วยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ที่พัฒนาโดยปรกรณ์ ประจัญบาน

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และร้อยละ

ผลการวิจัย

1. การสร้างหลักสูตรหลักสูตรและหน่วยการจัดการเรียนรู้และแผนการจัดการเรียนรู้ หลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1

ผลการสร้างหลักสูตรทำให้ได้หลักสูตรหลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 หน่วยการจัดการเรียนรู้และแผนการจัดการเรียนรู้หลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ ประกอบด้วย หลักการ จุดหมาย คุณลักษณะ อันพึงอันประสงค์ สมรรถนะสำคัญของผู้เรียน มาตรฐานการเรียนรู้/ตัวชี้วัด โครงสร้างหลักสูตร การจัดการเรียนรู้ สื่อการเรียนรู้ การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ หน่วยการเรียนรู้ จำนวน 4 หน่วย ดังนี้ 1) เตรียมพร้อมก่อนเรียนรู้สมการเส้นตัวแปรเดียว 2) สมการและคำตอบของสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว 3) การแก้สมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว 4) การแก้โจทย์ปัญหาสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว แผนการเรียนรู้ 14 แผนการจัดการเรียนการสอน

จากการพิจารณาความเหมาะสมขององค์ประกอบด้านต่างๆของหลักสูตรและหน่วยการเรียนรู้และแผนการจัดการเรียนรู้ หลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 1ของผู้เชี่ยวชาญ โดยผลการประเมินองค์ประกอบหลักสูตรมีค่าเฉลี่ยความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.28$, $S.D = 0.38$) และผลการประเมินหน่วยการเรียนรู้และแผนการจัดการเรียนรู้หลักสูตร มีค่าเฉลี่ยความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$, $S.D = 0.45$)

2. ผลการใช้หลักสูตรและหน่วยการเรียนรู้และแผนการจัดการเรียนรู้ หลักสูตรคณิตศาสตร์ เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ปีที่ 1 พบว่าคะแนนผลสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่า ก่อนเรียน มีคะแนนเฉลี่ย 22.85 ($S.D = 2.82$) และ 11.15 ($S.D = 3.85$) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. หลักสูตรคณิตศาสตร์คณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 เป็นหลักสูตรรายวิชาที่พัฒนาขึ้นเพื่อแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการ ความสนใจของนักเรียน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 และเพื่อต้องการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ให้เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นข้อมูลพื้นฐานนำมาใช้เป็นแนวทางการพัฒนาหลักสูตร ทำให้หลักสูตรมีเนื้อหาสาระที่เหมาะสม และสอดคล้องกับผู้เรียน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด

ของการพัฒนาหลักสูตรของทาบา(อ้างถึงในวิชัย วงษ์ใหญ่, 2554 : 49) ที่มีความเชื่อว่าผู้สอนควรจะมีส่วนในการออกแบบหลักสูตรมากกว่าคณะกรรมการพัฒนาหลักสูตร โดยผู้สอนจะค่อยๆ เริ่มสร้างหลักสูตรจากหน่วยการเรียนการสอนย่อยๆ สำหรับสอนผู้เรียนที่สถานศึกษา แล้วค่อยปรับขยายเป็นหลักสูตร การสร้างและการหาความเหมาะสมของหลักสูตร พบว่าในการพัฒนาหลักสูตรเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ได้มีการกำหนดองค์ประกอบของหลักสูตร ซึ่งมีองค์ประกอบดังนี้ 1) ความนำ 2) หลักการ 3) จุดหมาย 4) สมรรถนะ 5) ขอบเขตสาระการเรียนรู้ 6) โครงสร้างหลักสูตร 7) แนวทางการจัดการเรียนรู้ 8) สื่อการเรียนรู้ 9) การวัดและการประเมินผล ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการพัฒนาหลักสูตรของทาบา(อ้างถึงใน วิชัย วงษ์ใหญ่, 2554 : 50) กระบวนการศึกษาทั้ง 7 ประการ คือ การศึกษาวิเคราะห์ความต้องการของผู้เรียนและสังคม การกำหนดจุดมุ่งหมาย การเลือกเนื้อหาสาระ การจัดและรวบรวมเนื้อหาสาระ การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ การเลือกประสบการณ์ การเรียน และการประเมินผล สอดคล้องกับ วไลพร เมฆไตรรัตน์ (2559 : 33) การพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นที่สร้างเสริมคุณธรรมจริยธรรมของเด็กปฐมวัยตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้พัฒนาหลักสูตรโดยใช้กระบวนการพัฒนาหลักสูตรของทาบา พบว่าการประเมินคุณภาพหลักสูตรท้องถิ่น อยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด

2. ผลการใช้หลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 เมื่อเปรียบเทียบคะแนนระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนมีคะแนนเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของภัทรา ชมศิริ (2556) ได้ศึกษาการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้คณิตศาสตร์ โดยใช้รูปแบบวัฏจักรการเรียนรู้ 5 ขั้น (5Es) ที่เน้นทักษะการคิดวิเคราะห์เรื่อง รูปสี่เหลี่ยม ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 พบว่าจำนวนนักเรียนร้อยละ 73.33 ของนักเรียนทั้งหมดมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนตั้งแต่ ร้อยละ 70 ขึ้นไป เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ จากผลการวิจัยความแตกต่างของคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนบางคนมีคะแนนความแตกต่างมาก บางคนมีคะแนนความแตกต่างน้อย อาจเป็นเพราะความแตกต่างระหว่างบุคคลและความสามารถในการเรียนรู้ที่แตกต่างกัน

การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบวัฏจักรการเรียนรู้ 5 ขั้น (5Es) เป็นการจัดการเรียนรู้ที่กระตุ้นผู้เรียนให้เกิดความสนใจ เนื่องจากธรรมชาติรายวิชาคณิตศาสตร์เป็นรายวิชาที่ยากนักเรียนไม่กระตือรือร้นในการเรียนรู้เท่าที่ควร โดยให้นักเรียนได้เรียนรู้ด้วยตัวเอง โดยครูผู้สอนใช้คำถามและกำหนดปัญหาที่น่าสนใจ กระตุ้นให้ผู้เรียนเชื่อมโยงความรู้และพยายามหาคำตอบด้วยตนเอง การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบวัฏจักรการเรียนรู้ 5 ขั้น (5Es) ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ขั้นสร้างความสนใจ (Engagement) 2) ขั้นสำรวจและค้นหา (Exploration) 3) ขั้นอธิบายและลงข้อสรุป (Explanation) 4) ขั้นขยายความรู้ (Elaboration) 5) ขั้นประเมิน (Evaluation)

จากการสังเกตระหว่างการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบวัฏจักรการเรียนรู้ 5 ขั้น (5Es) พบว่านักเรียนส่วนใหญ่มีความกระตือรือร้นในการจัดกิจกรรม เนื่องจากการจัดกิจกรรมที่หลากหลายที่

กระตุ้นความสนใจ มีความสนุกสนาน นักเรียนได้ร่วมกันทำกิจกรรมเป็นกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ได้ออกมานำเสนอผลงาน เปิดโอกาสให้นักเรียนได้ทำกิจกรรมต่างๆ ด้วยตนเอง โดยมีครูเป็นผู้ช่วยเหลือและแนะนำเมื่อนักเรียนต้องการ ผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมการเรียนการสอนให้นักเรียนได้ฝึกการคิดและลงมือปฏิบัติแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง สอดคล้องกับสอดคล้องกับคำกล่าวของ ภพ เลหาไพบูลย์ (2542 : 156) กล่าวว่า การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้ 5 ขั้น (5Es) จะทำให้นักเรียนมีโอกาสได้ฝึกความคิดและฝึกการกระทำ ทำให้ได้เรียนรู้วิธีจัดระบบความคิดและวิธีแสวงหาความรู้ด้วยตนเองทำให้ความรู้คงทนและถ่ายโยงการเรียนรู้ได้

จากผลการวิจัยและการอภิปรายด้วยเหตุผลดังกล่าว เป็นเหตุผลสนับสนุนว่าการใช้หลักสูตรคณิตศาสตร์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเรื่องสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ครั้งนี้ บรรลุเป้าหมายวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือเมื่อเปรียบเทียบคะแนนผลสัมฤทธิ์ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนพบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนมีพัฒนาการที่สูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธ์ธรรมา ศรีสว่าง (2558) ได้ศึกษาผลการใช้กระบวนการจัดการเรียนรู้แบบ5Eวิชาคณิตศาสตร์เรื่อง เซต สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ผลการวิจัยพบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ เรื่องเซตสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ที่ได้รับการสอนโดยใช้กระบวนการจัดการเรียนรู้แบบ 5E หลังเรียนสูงกว่า ก่อนเรียน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1.1 ในกระบวนการจัดการเรียนรู้แบบวัฏจักรการเรียนรู้ 5 ขั้น (5Es) ควรมีการใช้สื่อที่น่าสนใจสอดแทรกเพิ่มเติม เพื่อกระตุ้นความสนใจของนักเรียน โดยนำเสนอให้เชื่อมโยงกับสถานการณ์ในชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้น

1.2 ควรส่งเสริมให้นักเรียนได้แสดงออก กระตุ้นให้นักเรียนมีส่วนร่วมในกิจกรรม กล่าวแสดงความคิดเห็น และซักถามข้อสงสัย ครูควรวางแผนให้พร้อม และบริหารเวลาให้มีความยืดหยุ่นและเหมาะสมกับกิจกรรมแต่ละขั้นตอน

1.3 ควรเน้นการจัดกิจกรรมชั้นขยายความรู้และขั้นประเมินผล เพื่อนักเรียนจะได้ผลสะท้อนย้อนกลับ เพื่อให้นักเรียนเกิดความเข้าใจแล้วนำไปพัฒนาผลสัมฤทธิ์ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนากระบวนการจัดการเรียนรู้แบบวัฏจักรการเรียนรู้ 5 ขั้น (5Es) ไปใช้ในกิจกรรมการเรียนรู้คณิตศาสตร์หน่วยการเรียนอื่น หรือสาระการเรียนรู้อื่นๆ และระดับชั้นอื่น

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). **ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้แกนกลางกลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- ทีศนา แชมมณี. (2555). **ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ**. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ: ด่านสุทธาการพิมพ์.
- พัทตร์ผกา ศรีสว่าง. (2558). **ผลการใช้กระบวนการจัดการเรียนรู้แบบ 5E วิชาคณิตศาสตร์เรื่องเซต สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4**. หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคณิตศาสตร์ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- ภัทรา ชมศิริ. (2556). **การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้คณิตศาสตร์ โดยใช้รูปแบบวัฏจักรการเรียนรู้ 5 ขั้น (5Es) ที่เน้นทักษะการคิดวิเคราะห์ เรื่อง รูปสี่เหลี่ยม ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6**. ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ภพ เลหาไพบูลย์. (2542). **แนวการสอนวิทยาศาสตร์ (ฉบับปรับปรุง)**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- วไลพร เมฆไตรรัตน์. (2559, กันยายน-ธันวาคม). **การพัฒนาหลักสูตรท้องถิ่นที่สร้างเสริมคุณธรรมจริยธรรมของเด็ก ปฐมวัยตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง**. วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์. 11(33), 33.
- วิชัย วงษ์ใหญ่. (2554). **การพัฒนาหลักสูตรระดับอุดมศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: บริษัท อาร์ แอนด์ ปริ้นท์ จำกัด.
- สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ. (2561). **รายงานผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติด้านพื้นฐาน (O-NET)**. (ออนไลน์). สืบค้นจาก : <http://www.newonetestresult.niets.or.th/AnnouncementWeb/Login.aspx?ReturnUrl=%2fAnnouncementWeb%2fSchool%2fReportSchoolBySchool.aspx%3fmi%3d2&mi=2>. (2561, 1 กันยายน).
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2555). **การวัดผลประเมินผลคณิตศาสตร์**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2550). **การจัดกระบวนการเรียนรู้แบบวัฏจักรการสืบเสาะหาความรู้ 5 ขั้นตอนเพื่อพัฒนากระบวนการคิดระดับสูง**. นิตยสาร สสวท., 35(147), 56-58.
- สมบัติ การจนารักพงศ์. (2549). **เทคนิคการจัดกิจกรรมเรียนรู้แบบ 5E ที่เน้นพัฒนาทักษะการคิดขั้นสูง**. กรุงเทพฯ : บริษัท 21 เซ็นจูรี่ จำกัด.

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนตำบลใหม่พัฒนา
อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

Guideline for development of Ability Ecotourism by Community
Maipatthana Sub-District, Kokha District, Lampang province.

กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย¹ กิตต์กวินเดชน์ วงศ์หมั่น² ปุณฺทริกา ปินพันธ์³

บทคัดย่อ

งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพของดอยฮาง และโป่งร้อนในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวดอยฮาง และโป่งร้อน ตำบลใหม่พัฒนา โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ ใช้แบบสัมภาษณ์แบบเป็นกลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน และวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาวิเคราะห์เพื่อทราบศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตำบลใหม่พัฒนา และนำมาเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนตำบลใหม่พัฒนา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

ผลการวิจัย พบว่า 1) ชุมชนดอยฮาง และโป่งร้อน ตำบลใหม่พัฒนา มีศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนตามตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน ซึ่งชุมชนมีกิจกรรมเดินป่า เช่นน้ำแร่เพื่อสุขภาพ ไหว้พระธาตุดอยฮาง ซึ่งเป็นจุดเด่นทางการท่องเที่ยวในตำบลใหม่พัฒนา 2) แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนตำบลใหม่พัฒนา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ประกอบไปด้วย 1) องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรจัดอบรมให้คนในชุมชนได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในด้านต่างๆ 2) องค์ประกอบที่ 2 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืน ควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ มีเจ้าหน้าที่นำชมสถานที่ต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว 3) องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก ควรจัดให้มีหน่วยงานหรือองค์กร ภาคีเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเข้าไปฝึกอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน และส่งเสริมให้เยาวชน คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวให้มากขึ้น 4) ควรจัดอบรมให้คนในชุมชนได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการ

¹ หัวหน้า สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น E-mail: kittaya_kitty@hotmail.com

² อาจารย์ สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น E-mail: kitkawindet@northern.ac.th

³ อาจารย์ สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

พัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในด้านต่างๆ เช่น การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน

คำสำคัญ: การพัฒนา, ศักยภาพ, การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, ชุมชนตำบลใหม่พัฒนา

Abstract

The purpose of this research is to 1) Study the potential of Doi Hang and Pong Ron in developing ecotourism 2) Study the guidelines for tourism development. Doi Hang and Pong Ron, Maipatthana Sub-district. The data collected is by interviewing and in-depth interviews. The sample group of 10 people to get the average for SWOT Analysis and TOWS Matrix. The data are used as the basis for emerging potential guidelines for Eco-Tourism development of Doi Hang and Pong Nam Ron, Maipatthana sub-district. Kokha District, Lampang province.

The results showed that 1) Doi Hang and Pong Ron communities Maipatthana Sub-district. Have the potential of ecotourism by the community according to the indicators of quality standards of ecotourism by the community in which the community has hiking activities soaking mineral water for health worship Phra That Doi Hang which is a tourist attraction in Mai Phatthana Sub-district. 2) Ways to develop the potential of ecotourism by the Maipatthana Sub-district, Kokha District, Lampang Province consists of 1) The first element is the potential for ecotourism. Training should be provided to the people in the community to understand the guidelines for the development of tourist attractions in various areas. 2) The second element. Management of sustainable use of the area. Should provide facilities in the tourist destination, including staff to take a tour of various places of the tourist attraction in order to provide accurate information to tourists. 3) Element 3 management of education and awareness rising should have an organization or organization tourism network partners have access to training and education on ecotourism by the community. And encourage youth 4) People should be more involved in tourism. 4) Training should be provided for people in the community to understand the guidelines for the development of tourist attractions in various areas such as participation of people in the community. Development of ecotourism by communities.

Keywords: Development, Potential, Ecotourism, Maipatthana Sub-District

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยแต่ละที่นั้นก็จะมีหลากหลายทั้ง ธรรมชาติ วัฒนธรรมและประเพณี ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและมีเสน่ห์แตกต่างกันไป และเอกลักษณ์เหล่านี้เองสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มาท่องเที่ยว ศึกษา หาความรู้ ด้วยที่ว่าการท่องเที่ยวมีบทบาทที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยที่นำเงินตราเข้าสู่ชุมชน แหล่งท่องเที่ยว และประเทศชาติ เป็นรายได้ที่เป็นอันดับหนึ่งของประเทศ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) โดยเฉพาะทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่มีความงดงามและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ รวมไปถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อหรือทำความเสียหายแก่ธรรมชาติ แต่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเรียนรู้ และชื่นชม เพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณและสัตว์ป่า ทั้งนี้ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่ใช่แค่การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติเท่านั้น ยังรวมถึงการศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ การศึกษาศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณีที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศนั้นๆ การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุด (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542) ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจ ตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะภาคเหนือ เป็นภูมิภาคหนึ่งของไทยอยู่ทางตอนเหนือของประเทศ มีเขตแดนทางตอนเหนือติดกับชายแดนพม่า และลาวทางตะวันออกจรดชายแดนลาว และภาคอีสานทางตะวันตกจรดพม่า และทางใต้ติดกับภาคกลางภูมิภาคของภาคเหนือมีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยขุนเขาอันน้อยใหญ่สลับซับซ้อนเป็นทิวเขาทอดยาวจากเหนือลงมาใต้ ทิวเขาที่สำคัญได้แก่ ทิวเขาถนนธงชัย เป็นทิวเขาที่ใหญ่และยาวที่สุดของภาคเหนือ มียอดเขาสูงเป็นอันดับหนึ่งของประเทศคือ ยอดเขาดอยอินทนนท์ ที่ตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ มีแม่น้ำ ลำธาร ด้วยเหตุนี้จึงทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจที่จะเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวยังภาคเหนือของประเทศไทย

รูปแบบของการท่องเที่ยวแบบมวลชน เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มใหญ่ เป็นจำนวนมาก และเป็นการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม ที่บรรดาประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลาย ล้วนแต่ให้การสนับสนุน ปรากฏว่าได้รับการวิพากษ์วิจารณ์มากขึ้นเรื่อยๆ ในช่วงระยะ 15 ปี ที่ผ่านมามีเป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสังคม และสภาพแวดล้อมอย่างยิ่ง และในขณะเดียวกันก็ไม่ได้ก่อให้เกิดรายได้ทางเศรษฐกิจอย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วยแต่อย่างใด (สุวันชัย หวนนากลาง, 2548) ผลที่เกิดขึ้นจึงมีการเสนอว่า ควรจะคิดหารูปแบบการท่องเที่ยวประเภทอื่นที่เหมาะสมและประการสำคัญจะต้องไม่สร้างผลกระทบในทางลบเช่นเดียวกันกับการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมที่กล่าวมาแล้วหลังจากนั้น บรรดานักทฤษฎีและนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวทั่วโลกโดยเฉพาะที่มาจากซีกโลกด้านยุโรปและตะวันตก เช่น อังกฤษ ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และอเมริกา ก็ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ว่านี้ โดยมีผู้ตั้งชื่อต่างๆ กัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวที่มีบทบาทและความสำคัญมากต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศทั่วโลก เป็นรูปแบบของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รักษาทรัพยากรไว้ให้มากที่สุดและนานที่สุด และรวมถึงไปถึงช่วยเสริม

คุณภาพชีวิต วิธีการดำรงชีวิตของประชาชนที่พักอาศัยในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ (อุดม เขยกิจวงศ์, 2554) ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวทางเลือกนั่นเอง โดยที่คำว่าการท่องเที่ยวทางเลือกนั้นสามารถที่จะให้นิยามได้หลายความหมายขึ้นอยู่กับการศึกษาของแต่ละคนรูปแบบการท่องเที่ยวชนิดนี้จะเข้าไปในลักษณะที่เป็นการช่วยเหลือรักษาสภาพแวดล้อมอย่างดีจากผู้ที่มีส่วนได้เสีย เช่น นักท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว และชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ อาจกล่าวได้ว่า รูปแบบการท่องเที่ยวชนิดนี้จะช่วยคุ้มครองสภาพแวดล้อม มรดกทางวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชาวบ้านในแหล่งท่องเที่ยวประการสำคัญก็คือว่า เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนน้อย และเป็นการท่องเที่ยวในชนบทมากกว่าในตัวเมือง โดยจัดกิจกรรมต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว เช่น การศึกษาวิถีชีวิตและสัมผัสวัฒนธรรม ชุมชน การผจญภัย ล่องแพศึกษาธรรมชาติ สภาพแวดล้อม การท่องเที่ยวดูนก ดูผีเสื้อ หรือแม้แต่การท่องเที่ยวที่ใช้รถคาราวาน และการกางเต็นท์พัก เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวแบบนี้ก็ไม่อาจรับประกันได้ว่าร้อยเปอร์เซ็นต์ว่าจะไม่มีผลเสียเกิดขึ้น ข้ำรายในบางครั้งอาจสร้างความเสียหายต่อสภาพแวดล้อมได้พอๆ กับการท่องเที่ยวแบบมวลชน ฉะนั้น จึงต้องมีการสร้างจิตสำนึก การมีส่วนร่วมของชุมชน และลดผลกระทบทางลบในด้านต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง

จังหวัดลำปาง เป็นจังหวัดเก่าแก่ที่ตั้งอยู่ในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยมีอายุกว่า 1,300 ปี (สำนักงานจังหวัดลำปาง, 2559) หากจะกล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายทางระบบนิเวศและเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติผู้นั้นอยู่หลายแห่ง เช่น อุทยานแห่งชาติน้ำตกแจ้ซ้อน บ้านสามขา ค่ายประตู่ผา สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เนื่องจากการมีศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นนั้นๆ ที่เป็นจุดดึงดูดการท่องเที่ยวและมีการจัดการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ นอกเหนือจากแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว จังหวัดลำปางยังมีทรัพยากรธรรมชาติที่พร้อมที่จะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยมีระยะทางที่ไม่ไกลจากตัวเมืองมากนักคือโป่งร้อนและดอยฮาง สถานที่ท่องเที่ยวสองแห่งนี้มีจุดเด่นทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม โป่งร้อนมีกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ การศึกษาปรากฏการณ์ธรรมชาติการผุดของน้ำร้อน ศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน อาบน้ำแร่ นวดแผนโบราณ ลวกไข่ เป็นต้น ดอยฮางมีกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ การเดินศึกษาเส้นทางธรรมชาติ การศึกษาวัฒนธรรมกราบไหว้พระธาตุดอยฮาง แต่สถานที่ท่องเที่ยวสองแห่งนี้ยังขาดการพัฒนาและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามหลักการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

จากเหตุผลข้างต้น จึงเป็นแรงจูงใจให้คณะผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนตำบลใหม่พัฒนา อำเภอกะเคอะ จังหวัดลำปาง ทั้งนี้เพื่อให้ทราบว่าสถานที่ท่องเที่ยวตำบลใหม่พัฒนา มีศักยภาพที่จะสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้มากน้อยเพียงใดและประชาชนในพื้นที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนตำบลบ้านบ้านใหม่ อำเภอกะเคอะ จังหวัดลำปาง ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของคอยฮาง และโป่งร้อนในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวคอยฮาง และโป่งร้อน ตำบลใหม่พัฒนา

วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบการวิจัย แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีการศึกษาคือ การเก็บข้อมูลภาคสนาม ประกอบด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม (Focus group) จำนวน 5 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) เป็นรายบุคคล จำนวน 5 คน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เกี่ยวข้องกับงานในการวิจัยนี้โดยตรง คือ หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการธุรกิจค้าขาย และประชาชนในพื้นที่ตำบลใหม่พัฒนาซึ่งจะทำให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคข้อเสนอแนะในแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนมีส่วนร่วม

การสัมภาษณ์แบบเป็นกลุ่ม และการสัมภาษณ์แบบเชิงลึกในการวิจัยครั้งนี้จะใช้วิธีผสมผสานระหว่างการสัมภาษณ์แบบสนทนาอย่างไม่เป็นทางการกับการสัมภาษณ์แบบตั้งคำถามไว้ล่วงหน้าโดยอาศัยกรอบแนวคิดในการศึกษาที่ได้กำหนดล่วงหน้าไว้แล้วเป็นปัจจัยสำคัญกล่าวคือการสัมภาษณ์แบบสนทนาอย่างไม่เป็นทางการจะสะท้อนข้อมูลได้ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด ส่วนการสัมภาษณ์แบบตั้งคำถามไว้ล่วงหน้าจะทำให้ได้รับข้อมูลครบถ้วนตามกรอบคำถาม และสะดวกในการจัดทำข้อมูล

2. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่และผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชาชนในชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 10 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น ด้วยเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

2.2.1 เป็นประชาชนผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน 5 ปีขึ้นไป

2.2.2 เป็นผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่อยู่ในพื้นที่ 5 ปีขึ้นไป

3. เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการศึกษา เป็น แบบสัมภาษณ์ เพื่อให้ข้อมูลมีความน่าเชื่อถือมากขึ้น คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการการสัมภาษณ์แบบเป็นกลุ่ม จำนวน 5 คน และสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 5 คน การใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้างโดยมีคำถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และสถานภาพส่วนบุคคลของผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการพัฒนาศักยภาพ และแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง แบบปลายเปิด

3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ศึกษาข้อมูลจากตำรา หนังสือ เอกสาร บทความ อินเทอร์เน็ต และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอกะเคา จังหวัดลำปาง การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือครั้งนี้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายรูปแบบ โดยเริ่มจากการลงพื้นที่ที่กลุ่มเป้าหมายและทำการหาข้อมูลเบื้องต้นจากหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบล จากนั้นคณะผู้วิจัยได้เข้าไปแนะนำตัวกับผู้นำหมู่บ้านเพื่อสร้างความคุ้นเคยในการสนทนากับสมาชิกของหมู่บ้าน และแสวงหาผู้ที่กว้างขวางในหมู่บ้าน มีการสัมภาษณ์เป็นกลุ่ม จากนั้นจะทำการสัมภาษณ์เจาะลึกเป็นรายบุคคลจากผู้ให้ข้อมูลคนแรกและเชื่อมโยงไปสู่ผู้ให้ข้อมูลหลัก และเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญและมีผู้ให้ข้อมูลคณะผู้วิจัยจึงรวบรวมข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัยในครั้งนี้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบจัดหมวดหมู่เชิงเนื้อหา (Coding Analysis) โดยนำประเด็นที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคล ตัวแทนประชากรในชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ จากนั้นนำรายละเอียดจากการสัมภาษณ์มาทำการตีความสอบถามความหมายเชื่อมโยง และนำข้อมูลที่ได้มานำเสนอผลประกอบเรียง เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวศักยภาพเชิงนิเวศโดยชุมชนในพื้นที่ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอกะเคา จังหวัดลำปาง ต่อไป

ผลการวิจัย

1. การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่อยู่ในเขตพื้นที่ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอกะเคา จังหวัดลำปาง โดยศึกษาและกำหนดตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมีองค์ประกอบที่ใช้ในการศึกษา 4 ด้าน ของชุมชนท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยสังเขป พบว่า

1.1 องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

แหล่งท่องเที่ยวโดยสังเขป ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอกะเคา จังหวัดลำปางนั้น มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว คือ ในแหล่งท่องเที่ยวมีสัตว์ประเภท วัว ควาย นก ไก่ และสมุนไพรที่หายากในท้องถิ่นอีกทั้งยังเป็นแหล่งธรรมชาติที่คงสภาพเดิมและไม่ถูกรบกวนโดยมนุษย์มากนักโดยจากการสำรวจเบื้องต้น พบว่า สภาพแวดล้อมยังมีความอุดมสมบูรณ์อยู่มาก และยังเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตอย่างเห็นได้ชัดโดยชุมชนได้พึ่งพาธรรมชาติ เช่น การเก็บของป่าตามฤดูกาล รวมถึงสมุนไพรบางชนิด ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ชุมชนยังได้ใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวและมีความผูกพันสูง มีความปลอดภัยในระดับปานกลางทั้งส่วนของเจ้าหน้าที่ การติดตั้งป้าย สัญญาณเตือนภัย สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

1.2 องค์ประกอบที่ 2 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืน

แหล่งท่องเที่ยวดอยฮาง ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปางนั้น มีการจัดการด้านการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ที่ยังไม่ได้มาตรฐาน เช่น การจัดจำนวนบุคลากรในด้านการบริการ การเตือนภัยนักท่องเที่ยว การจัดการสิ่งแวดล้อม การจัดการด้านอาหาร โภชนาการที่ถูกต้อง และการจัดการด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ขาดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่มีผลกระทบต่อพื้นที่ที่มีความเปราะบางทางนิเวศวิทยา เช่น พื้นที่ผืนนกออยู่ระยะสืบพันธุ์ กำลังสร้างรังวางไข่ จากการท่องเที่ยวอีกในหนึ่งอาจเป็นไปได้ว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าไปไม่มากนักและนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงไม่ได้สร้างผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงทางด้านวัฒนธรรม และขาดการวางแผนดำเนินงานและการประเมินเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ ไม่มีการเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ ไม่มีการปรับปรุงแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการท่องเที่ยวและการติดตามการประเมินผลอย่างต่อเนื่องทุกปี

1.3 องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก

แหล่งท่องเที่ยวดอยฮาง ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปางนั้น ยังขาดศูนย์บริการข้อมูล สื่อในการให้ข้อมูลต่างๆ ไม่มีเจ้าที่ประชาสัมพันธ์ที่จะให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวที่มายังแหล่งท่องเที่ยวนี้ อีกทั้งยังขาดสื่อที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดจิตสำนึกที่ไม่ทำให้นักท่องเที่ยวทิ้งขยะในแหล่งธรรมชาติ ไม่มีระบบการทิ้งขยะที่มีการแยกขยะ และไม่มีการณรงค์ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเก็บและนำขยะออกจากพื้นที่ ในขณะที่เดียวกันแหล่งท่องเที่ยวยังมีการจัดกิจกรรมทางด้านการศึกษาธรรมชาติให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเฉพาะด้านและมีการเผยแพร่ข้อมูลในระดับหนึ่งในด้านของแหล่งท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์ และที่สำคัญเนื่องจากในแหล่งท่องเที่ยวยังขาดบุคลากรที่มีความรู้เรื่องระบบนิเวศ จากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองหรือระดับปริญญา แต่ยังมีบุคลากรที่มีความรู้อยู่บ้างเกี่ยวกับระบบนิเวศซึ่งได้อาศัยประสบการณ์และการบอกเล่า โดยส่วนใหญ่เป็นคนท้องถิ่น

1.4 องค์ประกอบที่ 4 การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวโป่งร้อน ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปางนั้น ชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ อาทิ การมีตัวแทนของชุมชนในการร่วมวางแผนหรือบริหารจัดการการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ การรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น และกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นคนที่ยอมรับของคนในท้องถิ่นนั้น ที่สำคัญชุมชนท้องถิ่นมีรายได้จากการขายสินค้า คือ ผักปลอดสารพิษ ที่ได้รับโครงการจากหน่วยงานภาครัฐ ช่วยสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน

ตารางที่ 1 ค่าระดับคะแนนตามดัชนีชี้วัดมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนท่องเที่ยวเชิงนิเวศดอยฮาง

องค์ประกอบ	ค่าน้ำหนักคะแนนของชุมชนท่องเที่ยวดอยฮาง
องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	23
องค์ประกอบที่ 2 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืน	9
องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก	4
องค์ประกอบที่ 4 การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว	6
ค่าคะแนนรวม	42

* ระดับมาตรฐาน: ดีเยี่ยม (81 คะแนนขึ้นไป) ดีมาก (71-80 คะแนน) ดี (61-70 คะแนน) ปานกลาง (51-60 คะแนน) ต่ำ (50 คะแนนหรือ น้อยกว่า)

จากตารางจะเห็นได้ว่าค่าคะแนนเฉลี่ยทุกองค์ประกอบรวมกัน พบว่า ของชุมชนท่องเที่ยวเชิงนิเวศดอยฮาง ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ได้ระดับคะแนนต่ำกว่ามาตรฐาน 42 คะแนน ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ

2. การศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่อยู่ในเขตพื้นที่ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง โดยศึกษา และกำหนดตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมีองค์ประกอบที่ใช้ในการศึกษา 4 ด้าน ของชุมชนท่องเที่ยวเชิงนิเวศโป่งร้อน พบว่า

2.1 องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

แหล่งท่องเที่ยวโป่งร้อน ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปางนั้น มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีองค์ประกอบคือ ในแหล่งท่องเที่ยวมีสัตว์ประเภท นก ไก่ ปลา กุ้ง หอย และสมุนไพรที่หายากในท้องถิ่น ยังเป็นแหล่งธรรมชาติที่คงสภาพเดิมในระดับปานกลาง กิ่งหนึ่งของพื้นที่ถูกรบกวนหรือตัดแปลงโดยการกระทำของมนุษย์ ยังเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตอย่างเห็นได้ชัดโดยชุมชนได้พึ่งพาธรรมชาติ เช่น การประกอบธุรกิจร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกภายในบริเวณโป่งร้อน นวดแผนโบราณ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ชุมชนยังได้ใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวและมีความผูกพันสูง มีความปลอดภัยในระดับมาก ทั้งส่วนของเจ้าหน้าที่ การติดตั้งป้าย สัญญาณเตือนภัย สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

2.2 องค์ประกอบที่ 2 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืน

แหล่งท่องเที่ยวโป่งร้อน ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง มีการจัดการด้านการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ที่ได้มาตรฐาน เช่น การจัดจำนวนบุคลากรในด้านการบริการ การเตือนภัยนักท่องเที่ยว การจัดการสิ่งแวดล้อม การจัดการด้านอาหาร โภชนาการที่ถูกต้องมีการบริหารจัดการด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม แต่ในขณะเดียวกันก็ยังมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว และทำให้เกิดความเสื่อมโทรมต่อแหล่งท่องเที่ยว เช่น การเกิดปริมาณขยะมากขึ้น การเข้ามาใช้ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดการเสื่อมโทรมเสียหาย ในแหล่งท่องเที่ยว แหล่ง

ห้องเที่ยวโป่งร้อนมีการวางแผนการดำเนินงาน การเก็บข้อมูลการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ และมีการวิเคราะห์ประเมินผลกระทบแต่ไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐเท่าที่ควร ทำให้ขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

2.3 องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก

แหล่งท่องเที่ยวโป่งร้อน ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอกะลา จังหวัดลำปางนั้น มีการจัดทำสื่อในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ แต่ยังคงขาดเจ้าหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ สื่อช่องทางอื่นๆ ยังไม่มี เช่น โปสเตอร์ นิทรรศการและความหลากหลายของภาษา อีกทั้งในแหล่งท่องเที่ยวยังขาดสื่อประชาสัมพันธ์ ป้ายสื่อความหมายให้นักท่องเที่ยวเกิดจิตสำนึกที่ไม่ทำให้นักท่องเที่ยวทิ้งขยะในแหล่งธรรมชาติ ไม่มีระบบการทิ้งขยะที่มีการแยกขยะและไม่มีการรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเก็บและนำขยะออกจาก ในขณะเดียวกันในแหล่งท่องเที่ยวยังมีการจัดกิจกรรมทางการศึกษาเกี่ยวกับเรื่องของสุขภาพให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจ มีการเผยแพร่ข้อมูลในระดับหนึ่งในด้านของแหล่งท่องเที่ยวผ่านเว็บไซต์และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวยังขาดบุคลากรที่มีความรู้เรื่องระบบนิเวศ จากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองหรือระดับปริญญา แต่ยังมีบุคลากรที่มีความรู้อยู่บ้างเกี่ยวกับระบบนิเวศซึ่งได้อาศัยประสบการณ์และการบอกเล่า โดยส่วนใหญ่เป็นคนท้องถิ่น

2.4 องค์ประกอบที่ 4 การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวดอยฮาง ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอกะลา จังหวัดลำปางนั้น ชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ อาทิ การมีตัวแทนของชุมชนในการร่วมวางแผนหรือบริหารจัดการการท่องเที่ยวการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติ การรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น และกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นคนที่ยอมรับของคนในท้องถิ่นนั้นอีกทั้งชุมชนยังมีรายได้จากการขายสินค้าในชุมชน คือการผลิตน้ำแร่จากบ่อน้ำร้อนมาจำหน่ายแก่คนในชุมชนและคนในอำเภอ

ตารางที่ 2 ค่าระดับคะแนนตามดัชนีชี้วัดมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ของชุมชนท่องเที่ยวเชิงนิเวศโป่งร้อน

องค์ประกอบ	ค่าน้ำหนักคะแนนของชุมชนท่องเที่ยวโป่งร้อน
องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	24
องค์ประกอบที่ 2 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืน	9
องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก	6
องค์ประกอบที่ 4 การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว	6
ค่าคะแนนรวม	45

* ระดับมาตรฐาน: ดีเยี่ยม (81 คะแนนขึ้นไป) ดีมาก (71-80 คะแนน) ดี (61-70 คะแนน) ปานกลาง (51-60 คะแนน) ต่ำ (50 คะแนนหรือน้อยกว่า)

จากตารางจะเห็นได้ว่าค่าคะแนนเฉลี่ยทุกองค์ประกอบรวมกัน พบว่า ของชุมชนท่องเที่ยวเชิงนิเวศโป่งร้อน ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอกะเคา จังหวัดลำปาง ได้ระดับคะแนนต่ำกว่ามาตรฐาน 45 คะแนน ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ

จะเห็นได้ว่าโดยรวมของตำบลใหม่พัฒนา อำเภอกะเคา จังหวัดลำปาง ชุมชนท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งสองชุมชน เมื่อทำการศึกษาโดยละเอียดจากการใช้ดัชนีชี้วัดมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแล้วนั้นผลการประเมินอยู่ในระดับต่ำ ทั้งสองชุมชนจึงทำให้ทราบว่าหากชุมชนจะพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นจะต้องมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก ป้ายสื่อความหมาย การประชาสัมพันธ์ในสื่อต่างๆ ให้คนภายนอกได้รับรู้ และจะต้องส่งเสริมให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม และรับผิดชอบในการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว เพื่อผลักดันให้ตำบลใหม่เป็นที่รู้จักและมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

3. การวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จุดแข็งและโอกาส สำหรับเขตพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในตำบลใหม่พัฒนา อำเภอกะเคา จังหวัดลำปาง พบว่าในเขตพื้นที่มีจุดแข็งและข้อได้เปรียบคือมีระบบนิเวศที่สมบูรณ์ ในเรื่องของความหลากหลายของระบบนิเวศ การจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับคนที่รักธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ กิจกรรมเดินป่าไปสักการะพระธาตุดอยฮาง พระธาตุดอยฮางเป็นพระธาตุที่มีความศักดิ์สิทธิ์มากของคนในตำบลใหม่พัฒนาเมื่อถึงเทศกาลปีใหม่นักท่องเที่ยวก็พากันมาสงฆ์พระธาตุขอพรทุกๆ ปีมีจุดชมวิวที่สูงที่สุดของจังหวัดลำปางเป็นจุดเด่นและยังมีการท่องเที่ยววัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ครบถ้วนซึ่งเป็นจุดเด่นที่มีครบถ้วนของการท่องเที่ยวในตำบลใหม่พัฒนา และถ้าได้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและมีการประชาสัมพันธ์ที่ดีขึ้นจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมให้มากขึ้น

ปัญหาและอุปสรรค ภาพรวมของศักยภาพทั้ง 2 แห่งยังอยู่ในระดับต่ำ สำหรับเขตพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในตำบลใหม่พัฒนา อำเภอกะเคา จังหวัดลำปาง โดยพบว่าในเขตพื้นที่ดังกล่าวจะมีจุดอ่อนในเรื่องของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีจุดเด่นและความสวยงาม เช่น การปรับทัศนียภาพและภูมิทัศน์ การปลูกต้นไม้ การสร้างสิ่งปลูกสร้างที่เป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวนั้น และสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านของห้องน้ำที่มีความเสื่อมโทรมมาก มีไม่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกที่ยังขาด เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร ที่พัก ร้านขายของที่ระลึก ที่จอดรถ เป็นต้น ที่ยังขาดการดูแลของหน่วยงานภาครัฐ และในเรื่องของความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยว ห้องน้ำ และบริเวณแหล่งท่องเที่ยว การทำการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันยังมีไม่พอสื่อไม่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักข้อมูลต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวและการทำป้ายบอกทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวยังมีป้ายบอกไม่ชัดเจน แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังมีการพัฒนาที่ไม่ดีพอและการประชาสัมพันธ์ยังขาดการดูแลจากหน่วยงานภาครัฐ

จากการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนตำบลใหม่พัฒนาด้วยวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของเขตพื้นที่ดอยฮางและโป่งร้อน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมากมาย และพร้อมที่จะจัดกิจกรรมท่องเที่ยวได้ในอนาคตสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ครบถ้วน แต่พื้นที่ทั้ง 2 แหล่งนี้ยังขาดระบบการบริหารจัดการที่ดี เช่น ไม่มีหน่วยงานที่เข้ามารับผิดชอบทั้งภาครัฐและเอกชน ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร ห้องน้ำ ที่พักที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามา และไม่มีการประชุมสัมพันธที่ดี อย่งไรก็ตาม ถ้าชุมชนและหน่วยงานพื้นที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมกันบริหารจัดการพื้นที่ทั้ง 2 แหล่งอย่างจริงจัง โดยอยู่บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของชุมชนและหลักการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้พื้นที่ดอยฮาง และโป่งร้อนสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอนาคตได้ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนตำบลใหม่พัฒนาโดย SWOT Analysis และ TOWS Matrix

จุดแข็ง / โอกาส	ปัญหา / อุปสรรค
<ol style="list-style-type: none"> มีระบบนิเวศที่สมบูรณ์ ในเรื่องของความหลากหลายของระบบนิเวศ มีการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับคนที่รักธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ กิจกรรมเดินป่าไปสักการะพระธาตุดอยฮาง พระธาตุดอยฮางเป็นพระธาตุที่มีความศักดิ์สิทธิ์มากของคนในตำบลใหม่พัฒนาเมื่อถึงเทศกาลปีใหม่คนในชุมชนก็พากันมาสร้างน้ำพระธาตุขอพรทุก ๆ ปี มีจุดชมวิวที่สวยงามที่สุดของจังหวัดลำปางเป็นจุดเด่นและยังมีการท่องเที่ยววัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ครบถ้วนซึ่งเป็นจุดเด่นที่มีครบถ้วนของการท่องเที่ยวในตำบลใหม่พัฒนา และถ้าได้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและมีการประชาสัมพันธ์ที่ดีขึ้นจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมให้มากขึ้น 	<ol style="list-style-type: none"> การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีจุดเด่นและความสวยงาม เช่น การปรับทัศนียภาพและภูมิทัศน์ การปลูกต้นไม้ การสร้างสิ่งปลูกสร้างที่เป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวนั้น และสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านของห้องน้ำที่มีความเสื่อมโทรมมาก มีไม่พอต่อจำนวนของนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกที่ยังขาด เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร ที่พัก ร้านขายของที่ระลึก ที่จอดรถ เป็นต้น ที่ยังขาดการดูแลของหน่วยงานภาครัฐ ความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยวห้องน้ำและบริเวณแหล่งท่องเที่ยวปัจจุบันการทำการประชาสัมพันธ์ยังมีไม่พอไม่สามารถให้นักท่องเที่ยวรู้จักข้อมูลต่าง ๆ ทำป้ายบอกทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวยังมีป้ายบอกไม่ชัดเจน แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังมีการพัฒนาที่ไม่ดีพอและการประชาสัมพันธ์ยังขาดการดูแลจากหน่วยงานภาครัฐ

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนตำบลใหม่พัฒนา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง โดยการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix แล้วพบว่า ในเขตพื้นที่มีจุดแข็งและข้อได้เปรียบคือมีระบบนิเวศที่สมบูรณ์ ในเรื่องของความหลากหลายของระบบนิเวศ การจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับคนที่รักธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ กิจกรรมเดินป่าไปสักการะพระธาตุดอยฮาง พระธาตุดอยฮางเป็นพระธาตุที่มีความ

ศักดิ์สิทธิ์มากของคนในตำบลใหม่พัฒนาเมื่อถึงเทศกาลปีใหม่คนในชุมชนก็พากันมาสร้างน้ำพระธาตุ ขอปกรทุกๆ ปี มีจุดชมวิวที่สูงที่สุดของจังหวัดลำปางเป็นจุดเด่น และยังมีการท่องเที่ยววัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ครบถ้วนซึ่งเป็นจุดเด่นที่มีครบถ้วนของการท่องเที่ยวในตำบลใหม่พัฒนา และถ้าได้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและมีการประชาสัมพันธ์ที่ดีขึ้นจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมให้มากขึ้น แต่ภาพรวมของศักยภาพทั้ง 2 แหล่งยังอยู่ในระดับต่ำ สำหรับพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวในตำบลใหม่พัฒนาอำเภอเกาะคา จังหวัดลำปางโดย พบว่า ในเขตพื้นที่ดังกล่าวจะมีจุดอ่อนในเรื่องของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีจุดเด่นและความสวยงาม เช่น การปรับทัศนียภาพและภูมิทัศน์ การปลูกต้นไม้ การสร้างสิ่งปลูกสร้างที่เป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านของห้องน้ำที่มีความเสื่อมโทรมมาก มีไม่พอต่อจำนวนของนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกที่ยังขาด เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร ที่พัก ร้านขายของที่ระลึก ที่จอดรถ เป็นต้น ที่ยังขาดการดูแลของหน่วยงานภาครัฐ และในเรื่องของความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยว ห้องน้ำ และบริเวณแหล่งท่องเที่ยว การทำการประชาสัมพันธ์ในปัจจุบันยังมีไม่เพียงพอจึงไม่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรับข้อมูลต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว และการทำป้ายบอกทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวยังมีป้ายบอกไม่ชัดเจน แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังมีการพัฒนาที่ไม่ดีพอและการประชาสัมพันธ์ยังขาดการดูแลจากหน่วยงานภาครัฐ

ดังนั้นศักยภาพของเขตพื้นที่ดอยฮาง และโป่งร้อน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้เพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมากมายและพร้อมที่จะจัดกิจกรรมท่องเที่ยวได้ในอนาคตสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ครบถ้วน แต่พื้นที่ทั้ง 2 แหล่งนี้ยังขาดระบบการบริหารจัดการที่ดี เช่น ไม่มีหน่วยงานที่เข้ามารับผิดชอบทั้งภาครัฐและเอกชน ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว เช่นร้านค้า ร้านอาหาร ห้องน้ำ ที่พัก ที่เพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามา และไม่มีการประชาสัมพันธ์ที่ดีอย่างไรก็ตาม ถ้าชุมชนและหน่วยงานพื้นที่เกี่ยวข้องได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการพื้นที่ทั้ง 2 แหล่งอย่างจริงจัง โดยอยู่บนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมของชุมชนและหลักการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้พื้นที่ดอยฮาง และโป่งร้อนสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอนาคตได้

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลใหม่พัฒนา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ทำให้ทราบว่าดอยฮางและโป่งร้อนมีศักยภาพตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ธรรมศักดิ์ โจรนสุนทร (2542) แบ่งองค์ประกอบที่นำมาเป็นเครื่องบ่งชี้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

1. ปัจจัยจุดใจหลักของการท่องเที่ยว พิจารณาจากสถานที่ตั้งและลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวนั้นต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวหลายๆ ด้าน เช่น ความต้องการในด้านความสงบในการพักผ่อน ความ

สนุกสนาน การหาประสบการณ์ ซึ่งปัจจัยจูงใจหลักแบ่งได้ 3 ชนิด ได้แก่ ปัจจัยจูงใจด้านธรรมชาติ ปัจจัยจูงใจทางด้านกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น

2. ปัจจัยประกอบได้แก่ คุณค่าดึงดูดใจจากสภาพแวดล้อม ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ และลักษณะภูมิทัศน์ที่เป็นเอกลักษณ์ ความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน สภาพเศรษฐกิจและสังคม ภัยธรรมชาติ และการเมือง

3. ปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐานด้านที่พักและอาหาร การสื่อความหมาย ข้อมูลข่าวสาร การให้ข่าวสารประชาสัมพันธ์ ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ร้านจำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น

4. ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม ต้องพิจารณาถึงโครงข่ายการคมนาคมทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ บริการสาธารณะ เช่น ไฟฟ้า น้ำ การระบายน้ำ การกำจัดขยะ ตลอดจนระบบการสื่อสารโทรคมนาคม

ทั้งนี้จากการสำรวจศักยภาพทำให้ทราบว่าพื้นที่ดังกล่าวมีศักยภาพในระดับต่ำดังนั้นถ้าจะพัฒนาให้ต้องดำเนินการในการพัฒนาระบบสาธารณูปโภคทั้งหมด และการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันดี สีสังข์ (2549) ได้ทำวิจัยเรื่องแนวทางเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน ได้แก่ การเป็นศูนย์กลางและแหล่งความรู้ทางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในภูมิภาค เป็นเมืองปลอดภัย มีการบริหารทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ระดับภูมิภาค และพัฒนาเป็นเมืองการค้าต่างแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน เป็นเมืองปลอดภัย มีสังคมที่มีคุณภาพและเป็นคนดีมีศีลธรรม

ดังนั้นการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนแบบบูรณาการจึงต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของประชาชนและทุกภาคส่วนในการร่วมการวางแผนเพื่อที่จะทำให้เกิดการพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืน จากนั้นจึงมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบออกไปตามภาคส่วนของตนเพื่อปฏิบัติตามแผนที่วางไว้ และจะต้องมีการติดตามการดำเนินการว่าเป็นไปตามแผนที่วางไว้หรือไม่ หากมีปัญหาที่มาร่วมมือกันในการปรับแก้ไขแผนดังกล่าว ก็จะทำให้การวางแผนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวชิรวิทย์ วิชาสวัสดิ์ (2562) ได้ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนโบราณบ้านเชียงเหียน จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ควรมีการวางแผนพัฒนาให้เชื่อมโยงการดำเนินงานในทุกองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน และควรมีการจัดตั้งกลุ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เป็นทีมกลางทำหน้าที่ประสานงานด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับเครือข่ายการท่องเที่ยวในชุมชน

5. แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนตำบลใหม่พัฒนา อำเภอกะลา จังหวัดลำปาง ให้มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว มีดังนี้

5.1 องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรจัดอบรมให้คนในชุมชน ได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน และศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้คนในชุมชน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้เข้าใจในแนวทางการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สมบูรณ์

5.2 องค์ประกอบที่ 2 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืน ควรจัดให้มี สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ มีเจ้าหน้าที่นำชมสถานที่ต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ ข้อมูลที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว และสภาพของเส้นทาง ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลาในการเดินทาง ใน ด้านของที่พัก ร้านอาหารที่มีเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว สถานบริการเครื่องดื่ม ไฟฟ้า ประปา และการรักษา ความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ทั้งหมดนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

5.3 องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก ควรจัดให้มี หน่วยงานหรือองค์กร ภาครัฐหรือเอกชนด้านการท่องเที่ยวเข้าไปฝึกอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เชิงนิเวศโดยชุมชน และส่งเสริมให้เยาวชน คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวให้มากขึ้น

5.4 องค์ประกอบที่ 4 การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรจัดอบรมให้คน ในชุมชนได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น การมีส่วนร่วม ของคนในชุมชน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน และศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้คนใน ชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้เข้าใจในแนวทางการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สมบูรณ์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรมีหน่วยงานเข้าไปช่วยส่งเสริมและพัฒนาเพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวมีความพร้อมในการ รองรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวยังขาดการพัฒนาและศักยภาพทางด้าน เส้นทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การสร้างอาคารในพื้นที่ การซ่อมแซม บุรณะสถานที่

2. ควรมีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ และช่องทางการ ประชาสัมพันธ์ ให้กับชุมชนเนื่องจากชุมชนยังขาดการประชาสัมพันธ์ยังไม่มีศูนย์ประชาสัมพันธ์ มี เพียงการประชาสัมพันธ์ทางด้านป้ายบอกทางเท่านั้น การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนเนื่องจากคนใน ชุมชน ขาดความรู้ความเข้าใจทางการพัฒนา การสร้างรายได้จากแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน เพราะ ส่วนใหญ่คนในชุมชนจะประกอบอาชีพทำนา รายได้น้อย

3. ควรจัดให้มีโครงการพัฒนาชุมชนและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้กับชุมชนด้วย เพื่อเป็นการ ส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน และให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาด้วย

4. คนในชุมชนและหน่วยงานที่รับผิดชอบและมีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวควรเข้าไปให้ ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและส่งเสริมให้ทุกคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่ง

ท่องเที่ยว เพื่อให้คนในชุมชนให้ความสำคัญในการดูแลและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จะทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนอื่นๆ ต่อไป

บรรณานุกรม

- ธรรมศักดิ์ โรจนสุนทร. (2542). **สรุปผลการสัมมนาการพัฒนาการท่องเที่ยวภาคเหนือ**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). **แนวคิดและทฤษฎีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ บริษัทเพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- วชิรวิทย์ วิชาสวัสดิ์. (2562). “แนวทางการพัฒนาศักยภาพการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนโบราณบ้านเชียงเหียน จังหวัดมหาสารคาม”, **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ**. 15(2): 21-34.
- วันดี สีสังข์. (2549) **แนวทางเพื่อการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนของจังหวัดกาญจนบุรี**. ปรินญาณิพนธ์วิทยาศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สำนักงานจังหวัดลำปาง. (2559). **ประวัตินครลำปาง**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : <http://www.lampang.go.th/menulamp.php> [2563, 13 มีนาคม]
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). **รายงานสถิติรายปีประเทศไทย 2560**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก : <http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/pubs/e-book/esyb60/files/assets/basic-html/index.html#1> [2563, 13 มีนาคม]
- สุวันชัย หวนนากลาง. (2548) **การท่องเที่ยวทางเลือก: ทางเลือกของไทย**. ศูนย์ข้อมูลสถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อุดม เขยกิจวงศ์. (2554). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว.

ความคิดเห็นต่อคุณลักษณะนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรมต่อการฝึกสหกิจ ศึกษาในแผนกครัว

Opinions of Student Characteristics in Hotel Management Towards Cooperative Education Training in The Kitchen Department

ฐาณุปัทพ์ จิตภักดีภรรษัต¹ พรนภา ธนโพธิวิรัตน์² สรณสิริ รวีโรจนวรกุล³

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณลักษณะนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรมฝึกสหกิจศึกษาในแผนกครัว 2) เพื่อได้แนวทางในการพัฒนาทักษะการเรียนการสอนในรายวิชาการปฏิบัติงานครัว ตามความต้องการของสถานประกอบการ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานในแผนกครัว ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ปทุมธานี, นนทบุรี, สมุทรปราการ, สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ทำการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบง่าย (Simple Random Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 400 คน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานโดยสถิติ T-Test และ F-Test

ผลการวิเคราะห์พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในด้านทัศนคติและพฤติกรรม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 รองลงมาคือ ด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ด้านความรู้ในวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และ ด้านความรู้ด้านพื้นฐาน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ตามลำดับ
2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ตำแหน่งงาน และเลือกช่วงเวลาที่ต้องการรับนักศึกษาเข้าฝึกงาน ที่แตกต่างกัน แสดงความคิดเห็นในด้านความรู้พื้นฐาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

¹ (อาจารย์) สาขาวิชาการจัดการการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

E-Mail: tharnupat_j@exchange.rmutt.ac.th

² (อาจารย์) สาขาวิชาการจัดการการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

E-Mail: pornnapa_t@exchange.rmutt.ac.th

³ (อาจารย์) สาขาวิชาการจัดการการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

E-Mail: sornsiri_r@rmutt.ac.th

3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระดับการศึกษา ชั้นปีของนักศึกษาที่ต้องการรับเข้าฝึกงาน และเลือกช่วงเวลาที่ต้องการรับนักศึกษาเข้าฝึกงาน ที่แตกต่างกัน แสดงความคิดเห็นในด้านความรู้ในวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ในการทำงาน ชั้นปีของนักศึกษาที่ต้องการรับเข้าฝึกงาน และเลือกช่วงเวลาที่ต้องการรับนักศึกษาเข้าฝึกงาน ที่แตกต่างกัน แสดงความคิดเห็นในด้านทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ในการทำงาน ชั้นปีของนักศึกษาที่ต้องการรับเข้าฝึกงาน ที่แตกต่างกัน แสดงความคิดเห็นในด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ คุณลักษณะ, สหกิจศึกษา, แผนกครัว

Abstract

The purpose of this research were 1) to survey hotel management students characteristic for co-operative in kitchen department 2) to gain guidelines for the development of teaching and learning skills in the kitchen operation course as required by the establishment. The population used in this research is staff in the kitchen department in Bangkok and its surrounding provinces (Pathum Thani, Nonthaburi, Samut Prakan, Samut Sakhon and Samut Songkhram). The total of sample was 400 people. Data was analyzed using average, percentage, standard deviation and hypothesis testing using T-Test and F-Test statistics.

The results of the study were as follows:

1. The samplings had the attitude and behavioral at highest level (average equal 4.53), relation and personality had average equal 4.49, technical skills and knowledge had average equal 4.33 and basic knowledge in the moderate had average equal 4.11.

2. Age, job position and period of cooperative affected significantly to the opinions of basic knowledge at 0.05 level.

3. Age, education, and grade of students who want to receive internships affected significantly in basic knowledge of professional skills, ability to work at 0.05 level.

4. Age, education, job position, experience, grade of students and period of cooperative education affected significantly in attitude and behavioral at 0.05 level.

5. Education, job position, experience and grade of students affected significantly in human relationship and personality at 0.05 level.

Keyword: Characteristic, Cooperative Education, Kitchen Operation

บทนำ

การบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่พักมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วซึ่งเป็นผลมาจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศประกอบกับการคมนาคมที่สะดวกมากขึ้นทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นและส่งผลให้ธุรกิจบริการที่พักต้องมีการใช้แรงงานคนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งจากคนในประเทศและจากต่างประเทศ ซึ่งการพัฒนาคุณภาพการบริการในธุรกิจที่พักเป็นแนวทางสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันภายในประเทศและสามารถขยายไปถึงการแข่งขันระหว่างประเทศด้วยเช่นกัน เป็นการสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นเงินจำนวนมาก การบริการที่มีคุณภาพนั้นขึ้นอยู่กับตัวบุคลากรผู้ให้บริการ การสรรหาบุคลากรที่มีใจรักในอาชีพการให้บริการ สามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองจนเกิดประสิทธิผลเข้าถึงหัวใจของการบริการและเป็นที่พึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ให้บริการ การที่ธุรกิจที่พักจะเติบโตได้อย่างรวดเร็วนั้น บุคลากรต้องมีความสามารถในการให้บริการได้เป็นอย่างดี ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้ให้บริการได้ (เจริญ แยมสรवलกุล, 2550) เพราะลูกค้าหรือผู้ให้บริการเป็นสินค้าที่สำคัญของธุรกิจโรงแรม ผู้ทำงานบริการที่มีการแสดงออกให้ลูกค้าหรือผู้ให้บริการเห็นว่ามีมิตรไมตรีซึ่งนำไปสู่ความสำเร็จในการให้บริการไม่ว่าจะเป็นงานประเภทใดก็ตาม ทั้งนี้ ในธุรกิจบริการที่พักนอกจากการบริการห้องพักที่มีความสำคัญเป็นอันดับที่หนึ่งรองลงมาคือการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งจะมีส่วนงานย่อยอีกส่วนนั้นคือแผนกครัวหรือแผนกประกอบอาหาร ที่จำเป็นต้องอาศัยกำลังคนในการทำประกอบอาหารจำนวน มีความรู้ในทักษะทางวิชาชีพและประสบการณ์ ซึ่งสถานประกอบการบางแห่งประสบปัญหาการขาดแรงงานที่เป็นคนในพื้นที่และทำให้ต้องจ้างแรงงานต่างชาตินำเข้า โดยการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์กรสามารถพัฒนาความรู้และทักษะได้ (ธีรวัฒน์ อิมประคองศิลป์, 2555)

จากปัญหาดังกล่าวสถานบันการศึกษาหลายแห่งได้มีการจัดการเรียนการสอนในหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโรงแรมหรือการประกอบอาหาร โดยให้ความสำคัญต่อการพัฒนานักศึกษาเพื่อให้มี ความรู้ ความสามารถและทักษะทางวิชาชีพ และการฝึกประสบการณ์ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ให้กับนักศึกษาได้รับประสบการณ์ตรงและสามารถปรับตัวได้สำหรับการประกอบอาชีพในอนาคต จึงมีการส่งนักศึกษาเข้าฝึกประสบการณ์วิชาชีพหรือการฝึกสหกิจศึกษา ในแผนกต่าง ๆ ของโรงแรม แต่

ปัญหาที่เกิดขึ้นคือนักศึกษาบางส่วนสามารถปฏิบัติงานได้ในระดับดีแต่บางส่วนยังขาดทักษะในการปฏิบัติงาน ทำให้พนักงานของสถานประกอบการที่ต้องดูแลนักศึกษาใช้เวลาในการสอนนานกว่าปกติ อาจส่งผลให้เกิดปัญหาในการทำงานโดยเฉพาะอย่างยิ่งคือแผนกที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาหารหรือแผนกครัว ที่มีหน้าที่ในการประกอบอาหารซึ่งถือว่าเป็นหน่วยงานที่สำคัญอย่างมาก

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา ความคิดเห็นต่อคุณลักษณะนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรมต่อการฝึกสหกิจศึกษาในแผนกครัว เพื่อวางแผนในการพัฒนาหลักสูตรการเรียนการสอนนักศึกษาในสาขาวิชาการจัดการการโรงแรม ให้มีความรู้ ความสามารถ ในการปฏิบัติงานครัว และเป็นการวางรากฐานในการผลิตบุคลากรทางวิชาชีพให้สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

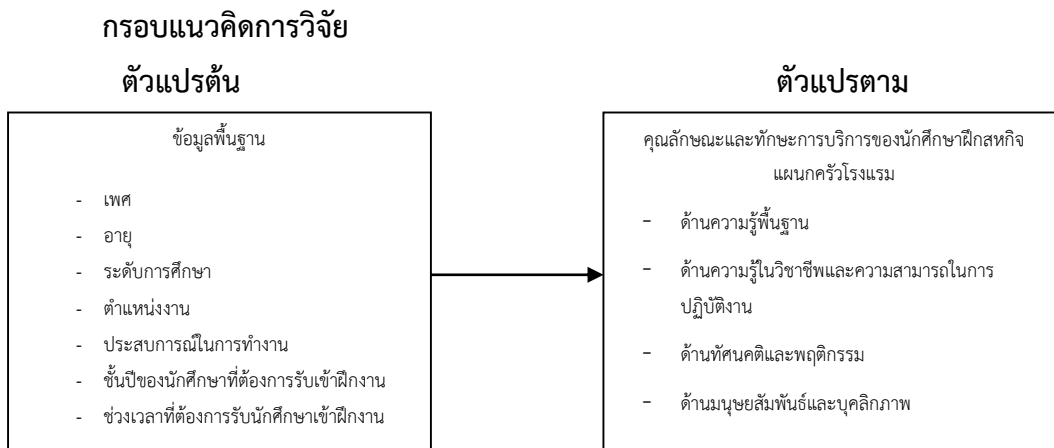
1. เพื่อศึกษาคุณลักษณะนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรมต่อการฝึกสหกิจศึกษาในแผนกครัว
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาทักษะการเรียนการสอนในรายวิชาการปฏิบัติงานครัว

สมมติฐานการวิจัย

ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรมต่อการฝึกสหกิจศึกษาในแผนกครัวแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาความต้องการคุณลักษณะนักศึกษาการจัดการการโรงแรม ฝึกสหกิจศึกษาในแผนกครัวโรงแรม ในด้านความรู้พื้นฐาน ด้านความรู้ในวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติงาน ด้านทัศนคติและพฤติกรรม ด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพ
2. ขอบเขตด้านประชากร คือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในโรงแรมที่ได้มาตรฐานและผ่านการตรวจประเมินจากสมาคมโรงแรมไทย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ปทุมธานี, นนทบุรี, สมุทรปราการ, สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม)
3. ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานในแผนกฝึกอบรม พนักงานในแผนกครัว ของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ปทุมธานี, นนทบุรี, สมุทรปราการ, สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม) และไม่ทราบจำนวนประชากร จึงได้กลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 คน และสำรองเก็บข้อมูลอีก 5% ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในโรงแรมที่ได้มาตรฐานและผ่านการตรวจประเมินจากสมาคมโรงแรมไทย ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ปทุมธานี, นนทบุรี, สมุทรปราการ, สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม)
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานในแผนกฝึกอบรม และพนักงานในแผนกครัว ของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (ปทุมธานี, นนทบุรี, สมุทรปราการ, สมุทรสาคร และสมุทรสงคราม) ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร และได้กลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 385 คน และสำรองอีก 5% เท่ากับ 400 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งข้อคำถามเป็น 3 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ในการทำงาน ชั้นปีของนักศึกษาที่ต้องการรับเข้าฝึกงาน และช่วงเวลาที่ต้องการรับนักศึกษาเข้าฝึกงาน ข้อคำถามมีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นคุณลักษณะและทักษะการบริการของนักศึกษาฝึกสหกิจแผนกครัว ด้านความรู้พื้นฐาน ด้านความรู้ในวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติงาน ด้านทัศนคติและพฤติกรรม ด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะตามทัศนะของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด (Opened) ให้แสดงความคิดเห็น

การหาคุณภาพของเครื่องมือ

1. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ผ่านการตรวจสอบโดยการนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและจุดประสงค์ (Item-Objective of Congruence : IOC) โดยหาค่า IOC คัดเลือกข้อที่มีค่า ระหว่าง 0.70 – 1.00

2. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้จัดเก็บข้อมูล (Try-Out) จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) = 0.954

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เป็นเครื่องมือช่วย โดยใช้ค่าสถิติ ดังนี้

1. แบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานของพนักงานในแผนกครัว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ในการทำงาน ชั้นปีของนักศึกษาที่ต้องการรับเข้าฝึกงาน และช่วงเวลาที่ต้องการรับนักศึกษาเข้าฝึกงาน ข้อคำถามมีลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check list) ใช้การวิเคราะห์ด้วยค่าจำนวน และค่าร้อยละ

2. ความคิดเห็นคุณลักษณะและทักษะการบริการของนักศึกษาฝึกสหกิจแผนกครัว ด้านความรู้พื้นฐาน ด้านความรู้ในวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติงาน ด้านทัศนคติและพฤติกรรม ด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพ ลักษณะคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การทดสอบสมมติฐาน โดยใช้ค่าสถิติ เป็นการทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างประชากร 2 กลุ่ม ใช้สถิติทดสอบ t-test กำหนดระดับนัยสำคัญ (α) เท่ากับ 0.05 ถ้าค่า t ที่คำนวณได้ตกอยู่ในเขตปฏิเสธ สมมติฐาน H_0 (มีค่ามากกว่าค่า t จากตาราง) จะยอมรับสมมติฐาน H_1 และการทดสอบค่าเฉลี่ยระหว่างประชากรตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป จะใช้สถิติทดสอบ F-test ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One way Analysis of Variance หรือ One-Way ANOVA) กำหนดระดับนัยสำคัญ (α) เท่ากับ 0.05 ถ้าค่า F ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่า F จากตาราง จะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ยอมรับสมมติฐาน H_1

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ มีอายุโดยเฉลี่ยต่ำกว่าหรือเท่ากับ 25 ปี ร้อยละ 69.8 มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 โดยมีตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบส่วนใหญ่เป็นพนักงานแผนกครัวร้อยละ 72.5 มีประสบการณ์ทำงานส่วนใหญ่น้อยกว่า 1 ปี ชั้นปีที่ต้องการรับนักศึกษาเข้าฝึกงานส่วนใหญ่เลือกตอบชั้นปีที่ 4 จำนวน 338 คน คิดเป็นร้อยละ

84.5 และช่วงเวลาที่ต้องการรับนักศึกษาเข้าฝึกงานคือ ภาคการศึกษาที่ 2 (พ.ย. - มี.ค.) มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 41.5

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นคุณลักษณะของนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรมต่อการฝึกสหกิจแผนกครัวซึ่งเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ โดยข้อมูลมีทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้พื้นฐาน ด้านความรู้ในวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติงาน ด้านทัศนคติและพฤติกรรม และด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพ โดยข้อมูลการวิเคราะห์แสดงผลเป็นค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแปลผลระดับความคิดเห็น ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นในด้านทัศนคติและพฤติกรรม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53 รองลงมาคือ ด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 ด้านความรู้ในวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 และ ด้านความรู้ด้านพื้นฐาน อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ตามลำดับ

3. ผลการทดสอบสมมติฐานจากข้อมูลของแบบสอบถามต่อคุณลักษณะในด้านความรู้พื้นฐาน ด้านความรู้ในวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติงาน ด้านทัศนคติและพฤติกรรม และด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพ โดยการวิเคราะห์ด้วยสถิติ T - test และ F - test สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ผลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างด้านเพศที่มีผลต่อคุณลักษณะของนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรมต่อการฝึกสหกิจแผนกครัว ในด้านความรู้พื้นฐาน ด้านความรู้ในวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติงาน ด้านทัศนคติและพฤติกรรม ด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพ

คุณลักษณะของนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรมต่อการฝึกสหกิจแผนกครัว	เพศ	\bar{X}	T	p-value
ด้านความรู้พื้นฐาน	ชาย	4.08	-1.611	.108
	หญิง	4.14		
ด้านความรู้ในวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติงาน	ชาย	4.29	-1.959	.051
	หญิง	4.38		
ด้านทัศนคติและพฤติกรรม	ชาย	4.48	-1.754	.080
	หญิง	4.57		
ด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพ	ชาย	4.50	.766	.444
	หญิง	4.47		

จากตารางที่ 1 พบว่า เพศที่แตกต่างกัน ไม่มีผลต่อคุณลักษณะของนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรมต่อการฝึกสหกิจแผนกครัว ในด้านความรู้พื้นฐาน ด้านความรู้ในวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติงาน ด้านทัศนคติและพฤติกรรม ด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพ

ตารางที่ 2 ค่าสถิติเปรียบเทียบค่าสถิติทดสอบสมมติฐานของการเปรียบเทียบความแตกต่างด้านอายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถาม ประสบการณ์ในการทำงานตามตำแหน่ง ชั้นปีของนักศึกษาที่ต้องการรับเข้าฝึกงาน ช่วงเวลาที่ต้องการรับนักศึกษาเข้าฝึกงาน ที่มีผลต่อคุณลักษณะของนักศึกษาด้านการจัดการโรงแรมต่อการฝึกสหกิจแผนกครัว ในด้านความรู้พื้นฐาน ด้านความรู้ในวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติงาน ด้านทัศนคติและพฤติกรรม ด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพ

ตัวแปร		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
อายุ						
1. ด้านความรู้ด้านพื้นฐาน	Between Groups	2.644	2	1.322	7.630	.001*
	Within Groups	68.788	397	.173		
	Total	71.432	399			
2. ด้านความรู้ในวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติงาน	Between Groups	7.111	2	3.556	18.459	.000*
	Within Groups	76.468	397	.193		
	Total	83.579	399			
3. ด้านทัศนคติและพฤติกรรม	Between Groups	5.014	2	2.507	10.943	.000*
	Within Groups	90.956	397	.229		
	Total	95.970	399			
4. ด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพ	Between Groups	.631	2	.315	1.815	.164
	Within Groups	68.995	397	.174		
	Total	69.626	399			
ระดับการศึกษา						
1. ด้านความรู้ด้านพื้นฐาน	Between Groups	.313	3	.104	.581	.628
	Within Groups	71.119	396	.180		
	Total	71.432	399			
2. ด้านความรู้ในวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติงาน	Between Groups	3.700	3	1.233	6.115	.000*
	Within Groups	79.879	396	.202		
	Total	83.579	399			
3. ด้านทัศนคติและพฤติกรรม	Between Groups	9.903	3	3.301	15.188	.000*
	Within Groups	86.067	396	.217		
	Total	95.970	399			

	ตัวแปร	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
4. ด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพ	Between Groups	2.551	3	.850	5.020	.002*
	Within Groups	67.075	396	.169		
	Total	69.626	399			
ตำแหน่งงาน						
1. ด้านความรู้ด้านพื้นฐาน	Between Groups	4.585	4	1.146	6.774	.000*
	Within Groups	66.847	395	.169		
	Total	71.432	399			
2. ด้านความรู้ในวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติงาน	Between Groups	1.348	4	.337	1.619	.169
	Within Groups	82.231	395	.208		
	Total	83.579	399			
3. ด้านทัศนคติและพฤติกรรม	Between Groups	6.390	4	1.598	7.044	.000*
	Within Groups	89.580	395	.227		
	Total	95.970	399			
4. ด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพ	Between Groups	3.050	4	.763	4.525	.001*
	Within Groups	66.575	395	.169		
	Total	69.626	399			
ประสบการณ์ในการทำงานตามตำแหน่ง						
1. ด้านความรู้ด้านพื้นฐาน	Between Groups	.677	3	.226	1.263	.287
	Within Groups	70.755	396	.179		
	Total	71.432	399			
2. ด้านความรู้ในวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติงาน	Between Groups	.566	3	.189	.900	.441
	Within Groups	83.013	396	.210		
	Total	83.579	399			
3. ด้านทัศนคติและพฤติกรรม	Between Groups	10.631	3	3.544	16.444	.000*
	Within Groups	85.339	396	.216		
	Total	95.970	399			
4. ด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพ	Between Groups	3.876	3	1.292	7.782	.000*
	Within Groups	65.749	396	.166		
	Total	69.626	399			
ชั้นปีของนักศึกษาที่ต้องการรับเข้าฝึกงาน						
1. ด้านความรู้ด้านพื้นฐาน	Between Groups	.346	1	.346	1.936	.165
	Within Groups	71.086	398	.179		

ตัวแปร		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Total		71.432	399			
2. ด้านความรู้ในวิชาชีพและ ความสามารถในการปฏิบัติงาน	Between Groups	2.694	1	2.694	13.258	.000*
	Within Groups	80.885	398	.203		
Total		83.579	399			
3. ด้านทัศนคติและพฤติกรรม	Between Groups	1.306	1	1.306	5.492	.020*
	Within Groups	94.664	398	.238		
Total		95.970	399			
4. ด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพ	Between Groups	.212	1	.212	1.214	.271
	Within Groups	69.414	398	.174		
Total		69.626	399			
ช่วงเวลาที่ต้องการรับนักศึกษาเข้าฝึกงาน						
1. ด้านความรู้ด้านพื้นฐาน	Between Groups	12.949	3	4.316	29.228	.000*
	Within Groups	58.483	396	.148		
Total		71.432	399			
2. ด้านความรู้ในวิชาชีพและ ความสามารถในการปฏิบัติงาน	Between Groups	10.064	3	3.355	18.070	.000*
	Within Groups	73.515	396	.186		
Total		83.579	399			
3. ด้านทัศนคติและพฤติกรรม	Between Groups	10.469	3	3.490	16.163	.000*
	Within Groups	85.501	396	.216		
Total		95.970	399			
4. ด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพ	Between Groups	6.009	3	2.003	12.469	.000*
	Within Groups	63.616	396	.161		
Total		69.626	399			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ตำแหน่งงาน และเลือกช่วงเวลาที่ต้องการรับนักศึกษาเข้าฝึกงาน ที่แตกต่างกัน แสดงความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของนักศึกษาสาขาการจัดการโรงแรมต่อการฝึกสหกิจแผนกครัว ในด้านความรู้พื้นฐาน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
2. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระดับการศึกษา ชั้นปีของนักศึกษาที่ต้องการรับเข้าฝึกงาน และเลือกช่วงเวลาที่ต้องการรับนักศึกษาเข้าฝึกงาน ที่แตกต่างกัน แสดงความคิดเห็นต่อคุณลักษณะ

ของนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรมต่อการฝึกสหกิจแผนกครัว ในด้านความรู้ในวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ในการทำงาน ชั้นปีของนักศึกษาที่ต้องการรับเข้าฝึกงาน และเลือกช่วงเวลาที่ต้องการรับนักศึกษาเข้าฝึกงาน ที่แตกต่างกัน แสดงความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรมต่อการฝึกสหกิจแผนกครัว ในด้านทัศนคติและพฤติกรรมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ผู้ตอบแบบสอบถามที่มี ระดับการศึกษา ตำแหน่งงาน ประสบการณ์ในการทำงาน ชั้นปีของนักศึกษาที่ต้องการรับเข้าฝึกงาน ที่แตกต่างกัน แสดงความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรมต่อการฝึกสหกิจแผนกครัว ในด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย

1. ด้านความรู้พื้นฐาน มีความสอดคล้องกับ อรทัย ชุ่มเย็น และ รวยวดี ผดุงกาญจน์ (2557) ได้ศึกษา เรื่อง การศึกษาระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของหัวหน้างานที่มีต่อคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกงานสาขาวิชาการโรงแรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ สรุปผลได้ว่า ความพึงพอใจด้านความรู้พื้นฐานในระดับมากในเรื่องของการเฝ้าหาความรู้เพิ่มเติมให้ทันสมัยและทันเหตุการณ์เสมอ รองลงมาคือความรู้และความสามารถในการทำงานได้ดี ฉลาดและมีไหวพริบ รู้จักนำประสบการณ์มาใช้ประโยชน์ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์งานใหม่ และมีความรู้ในด้านภาษาต่างประเทศเพื่อการสื่อสารได้เป็นอย่างดี

2. ด้านความรู้ในวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติงาน มีความสอดคล้องกับ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช (2555) ที่กล่าวถึง คุณลักษณะของพนักงานในแผนกครัว 9 ข้อ ได้แก่ 1) มีความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับโรงแรมและบุคลากรในแต่ละแผนกเพื่อเป็นพื้นฐานที่ดีในการทำงานโรงแรม 2) มีความรู้เกี่ยวกับโครงสร้างและหน้าที่ความรับผิดชอบของพนักงานครัว 3) มีความรู้ความเข้าใจในบทบาท หน้าที่ นำไปสู่การประสานงานที่ดีระหว่างพนักงาน 4) สามารถเรียนรู้เพิ่มเติมในทักษะเบื้องต้นในการบริการอาหารและเครื่องดื่มและการประกอบอาหาร 5) เข้าใจถึงความสำคัญตลอดจนขั้นตอน ความปลอดภัยในมาตรฐานการปฏิบัติงานครัว 6) มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการใช้ภาชนะอุปกรณ์เครื่องครัวประเภทต่างๆ ได้อย่างถูกวิธี เพื่อลดการเกิดอุบัติเหตุขณะปฏิบัติงาน 7) มีพื้นฐานและเทคนิคต่าง ๆ ในการประกอบอาหารประเภทต่าง ๆ และทักษะการตกแต่งจานอาหาร ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับอาหาร 8) มีความรู้พื้นฐานการควบคุมและคำนวณต้นทุนในการประกอบอาหาร นำไปสู่การบริหารจัดการที่ดี และ 9) มีทักษะในด้านภาษาต่างประเทศและคำศัพท์เฉพาะต่าง ๆ สำหรับพนักงานครัว และยังสอดคล้องกับ ณัชปยุตญา ศิลาทอง (2558: 29) ที่ได้กล่าวถึงแนวคิดความรู้ว่าเป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวกับการเรียนรู้ในด้านต่าง ๆ ซึ่งแบ่งเป็น 6 ด้าน 1) ด้าน

ความรู้ (Knowledge) 2) ความเข้าใจ (Comprehension) 3) การนำไปใช้ (Application) 4) การวิเคราะห์ (Analysis) 5) การสังเคราะห์ (Synthesis) และ 6) การประเมินผล (Evaluation)

3. ด้านทัศนคติและพฤติกรรม มีความสอดคล้องกับ เจริญ แยมสรवलกุล (2550) ได้ศึกษาเรื่องคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาฝึกงานระดับอาชีวศึกษาในจังหวัดอุดรดิตถ์ตามความคิดของผู้รับผิดชอบการฝึกงานและผู้ให้บริการ พบว่า ความคิดเห็นของผู้รับผิดชอบการฝึกงานและผู้ให้บริการ มีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกงานโดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายด้าน อันดับแรก ด้านบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ รองลงมาคือ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านทักษะพื้นฐานเบื้องต้นทางวิชาชีพและความรู้ความสามารถทางวิชาการ

4. ด้านมนุษยสัมพันธ์และบุคลิกภาพ มีความสอดคล้องกับ ชีรวัดน์ อิมประคองศิลป์ (2555) ได้ศึกษาความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาฝึกงานแผนกอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรม ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาฝึกงาน คุณลักษณะด้านมนุษยสัมพันธ์และคุณธรรมจริยธรรมมีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาด้านความรู้ทางวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติงานแผนกอาหารและเครื่องดื่ม และด้านความรู้ทางวิชาพื้นฐาน การเปรียบเทียบคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาฝึกงานพบว่า ด้านความรู้ทางวิชาพื้นฐาน พบว่าโดยรวมแตกต่างกัน ส่วนด้านความรู้ทางวิชาชีพและความสามารถในการปฏิบัติงานแผนกอาหารและเครื่องดื่ม และด้านมนุษยสัมพันธ์และคุณธรรมจริยธรรม พบว่าโดยรวมไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับ สถาพร มังกร (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของสถานประกอบการที่มีต่อการปฏิบัติงานงานของนักศึกษาฝึกงาน โรงเรียนเจมส์บริหารธุรกิจ จังหวัดหนองคาย พบว่า ความพึงพอใจของสถานประกอบการที่มีต่อการปฏิบัติงานของนักศึกษา โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจของสถานประกอบการด้านที่มีขนาดแตกต่างกัน มีความแตกต่างกันในด้านความมีวินัยในตนเอง และด้านมนุษยสัมพันธ์ ส่วนด้านความรู้ความสามารถและทักษะวิชาชีพ ความรับผิดชอบไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับ สันต ศะศิวิณิช (2559: 79 - 81) ในเรื่องขององค์ประกอบของบุคลิกภาพซึ่งแบ่งได้เป็นองค์ประกอบใหญ่ ๆ ได้ 4 องค์ประกอบได้แก่ 1) รูปลักษณ์ทางกาย เป็นบุคลิกภาพองค์ประกอบที่มีความสำคัญมากต่อบุคลิกภาพทั่วไปของบุคคล เพราะจะมีผลกระทบต่อความรู้สึกยอมรับของผู้อื่นได้เป็นอันดับแรกและเร็วที่สุด 2) ภูมิปัญญา หมายถึงถึงจิตสำนึก อุบนิสัย ความรู้ ความคิดและสติปัญญา บุคลิกภาพองค์ประกอบนี้จะมีผลต่อบุคคลที่มีสถานะ ตำแหน่งหน้าที่ และวิชาชีพที่ต้องใช้สมอง 3) ความสามารถในการควบคุมอารมณ์ และ 4) มารยาทเป็นกติกาสังคมรองลงมาจากกฎหมาย แต่เป็นพื้นฐานของกฎหมายโดยทั่วไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ควรฝึกปฏิบัติให้นักศึกษาได้มีทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า มารยาท ระเบียบวินัยในการทำงาน และการเข้าถึงเส้นทางอาชีพหลังจบการศึกษา

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาเฉพาะแผนกครัว ดังนั้นการวิจัยในครั้งต่อไปเพื่อให้ครอบคลุมงานบริการด้านการโรงแรมจะทำการศึกษาแผนกงานบริการส่วนหน้า (Front Office) งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage Service) งานแม่บ้าน (Housekeeping) ร่วมด้วย เพื่อจะได้เป็นผลดีต่อการเตรียมความพร้อมแก่นักศึกษาก่อนออกสหกิจศึกษาเพื่อให้ครบถ้วนตามสายงานหลักๆ ในโรงแรมต่อไป

บรรณานุกรม

- เจริญ แยมสรवलกุล. (2550). **คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาฝึกงานระดับอาชีวศึกษาในจังหวัดอุดรธานีตามความคิดของผู้รับผิดชอบการฝึกงานและผู้ใช้บริการ**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. อุดรดิตย: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตย.
- ณัชปยุณญา ศิลาทอง. (2558). **คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาฝึกงาน สาขาวิชาการโรงแรม วิทยาลัยเทคนิคระนอง ตามความต้องการของสถานประกอบการโรงแรมฝั่งอันดามัน ปีการศึกษา 2558**. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจบัณฑิต กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยนานาชาติสแตมฟอร์ด.
- ธีรวัฒน์ อิมประคองศิลป์. (2555). **การศึกษาความต้องการคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาฝึกงานแผนกอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมในเขตกรุงเทพมหานคร**. วารสารสุทธิปริทัศน์. 26(79), 27 - 42.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2555). **การจัดการห้องพักและการจัดการอาหารและเครื่องดื่ม หน่วยที่ 1-7**. นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สถาพร มังกร. (2550). **ความพึงพอใจของสถานประกอบการที่มีต่อการปฏิบัติงานของนักศึกษาฝึกงานโรงเรียนเจมส์บริหารธุรกิจ จังหวัดหนองคาย**. ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สันทัต ศะศิวิณช. (2559). **เอกสารการสอนชุดวิชาหน่วยเรียนที่ 1-15 ทักษะชีวิต**. นนทบุรี: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อรทัย ชุ่มเย็น และ รวยดี ผดุงกาญจน์. (2557). **รายงานการวิจัยเรื่อง การศึกษาระดับความคาดหวังและความพึงพอใจของหัวหน้างานที่มีต่อคุณลักษณะของนักศึกษาฝึกงาน**

สาขาวิชาการโรงแรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

ปัจจัยเชิงสาเหตุของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงภาพยนตร์ในยุคดิจิทัล

The Consumers' Causal Factors that Affect to the Sustainability of the Cinema Business in Digital Era

ก่องกาญจน์ กาญจนชุมพล¹ รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ²

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุ 2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุ และ 3) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยด้านความคาดหวัง การรับรู้คุณภาพ การรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจและข้อร้องเรียนที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของธุรกิจโรงภาพยนตร์ในยุคดิจิทัล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ และเครือเอสเอฟ ซิเนม่า ซิตี จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์รูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุด้วยการถดถอยเชิงพหุ การวิเคราะห์เส้นทาง และตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลอง ACSI โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผลการศึกษาพบว่า

1. ความคาดหวังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าผ่านการรับรู้คุณภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความพึงพอใจส่งผลโดยตรงต่อความจงรักภักดี ขณะที่ข้อร้องเรียนมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อความจงรักภักดี
2. ความคาดหวัง การรับรู้คุณภาพ การรับรู้คุณค่า และความพึงพอใจ มีอิทธิพลเชิงบวกส่งผลต่อความจงรักภักดี ขณะที่ข้อร้องเรียนมีอิทธิพลเชิงลบต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดี
3. โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคในการใช้บริการโรงภาพยนตร์มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

คำสำคัญ : ความคาดหวัง, การรับรู้คุณภาพ, การรับรู้คุณค่า, ความพึงพอใจ, ความจงรักภักดี

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

E-mail: 628051410098@mail.rmutk.ac.th

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

E-mail: rijipas.po@hotmail.com

Abstract

The purpose of this research were: 1) to study the consumers' causal factors 2) to analyze the influences of the consumers' causal factors 3) to verify the consistencies of ACSI Model related to the consumers' causal factors e.g. customer expectations, perceived quality, perceived value, customer satisfaction, and customer complaints that affected directly to customer loyalty of the cinema business in digital era. The research instrument was the questionnaires. Data were analyzed by quantitative. The research population and the samples consisted of 400 consumers who had used the services in Major Cineplex and SF Cinema City by using the stratified sampling methods. The methods for analyzing the influences of the causal factors and verifying the consistencies of the ACSI model were the multiple regression and the path analysis in orderly. Also, the data were analyzed by using computer software package and the result were shown as follows:

1. The expectations had positively related to the perceived value through the perceived quality by affecting the satisfactions. Also, the satisfactions directly affected to the loyalty while the complaints had negatively related to the loyalty.

The expectations, the perceived quality, the perceived value, and the satisfactions had positively and directly influenced to the loyalty while the complaints had negatively influenced to the satisfactions and the loyalty.

3. The model relationship of the causal factors that affected to the customers' loyalty was consistent to the empirical data.

Keywords: Expectations, Perceived Quality, Perceived Value, Satisfaction, Loyalty

บทนำ

ภาพยนตร์จัดเป็นสื่อบันเทิงที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เป็นสิ่งซึ่งสร้างความสุขให้แก่ผู้ชมทุกเพศทุกวัย เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่สามารถทำได้ง่าย รวดเร็วและมีค่าใช้จ่ายไม่มากนัก เมื่อเทียบกับกิจกรรมเพื่อความบันเทิงในรูปแบบอื่นๆ ดังนั้น การชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์จึงกลายเป็นวัฒนธรรมที่มีเสน่ห์ที่ผู้คนยังหลงใหล และทุกคนในครอบครัวสามารถใช้เวลาอยู่ด้วยกันอย่างมีความสุข (สต็อคทอมอร์โรว์, 2562) นอกจากนี้ โรงภาพยนตร์ยังเป็นสถานที่ที่ผู้คนนัดพบปะสังสรรค์ ทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างคนในครอบครัว กลุ่มเพื่อนสนิท คู่รัก หรือแม้แต่คนโสด ส่งผลให้ธุรกิจโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยเติบโตและเฟื่องฟูตลอดหลายปีที่ผ่านมา ธุรกิจโรงภาพยนตร์ใน

รูปแบบมัลติเพล็กซ์ (Multiplex) ในประเทศไทย ปัจจุบันมี 2 รายที่เป็นผู้ครองส่วนแบ่งในตลาดภาพยนตร์รวมกันถึง 80% ได้แก่ โรงภาพยนตร์เครือเอสเอฟ ซีเนม่า ซิตี้ และโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ (ไทยพับลิกา, 2559)

ธุรกิจโรงภาพยนตร์ในภาพรวมมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา แต่ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนผ่านยุคไปสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation) ที่มีการพัฒนาเปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดด ทำให้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น ผู้บริโภคหลายรายจึงตัดสินใจเลือกการชมภาพยนตร์แบบออนไลน์สตรีมมิ่ง (Online Streaming) เพื่อตอบสนองไลฟ์สไตล์ (Life-style) ในยุคที่ต้องแข่งขันกับเวลา สำหรับประเทศไทยมีผู้ให้บริการภาพยนตร์ออนไลน์สตรีมมิ่งหลายราย ซึ่งส่วนแบ่งการตลาดหลักอยู่ที่ Netflix โดยให้บริการเลือกชมภาพยนตร์ได้แบบไม่จำกัดในราคาเหมาจ่ายรายเดือน นอกจากนี้ ยังมียูทูบ (Youtube) ที่ให้ชมฟรีไม่คิดค่าบริการ จากการรายงานรายได้ธุรกิจวิดีโอ สตรีมมิ่ง (Video Streaming) พบว่าธุรกิจประเภทนี้มีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี ซึ่งในปี 2561 Netflix มีจำนวนสมาชิกที่จ่ายค่าบริการ 137 ล้านบัญชีทั่วโลก โดยมีคนรับชมรายการรวม 140 ล้านชั่วโมงต่อวัน หรือเฉลี่ยราว 1 ชั่วโมงต่อคนต่อวัน อีกทั้ง ยังมีการสร้างเนื้อหาต้นฉบับ (Original Content) เป็นของตนเอง ที่สามารถฉายให้สมาชิกได้ชม โดยไม่ต้องฉายในโรงภาพยนตร์ก่อน ซึ่งได้ความสดใหม่เหมือนไปชมที่โรงภาพยนตร์ โดยค่าบริการเหมาจ่ายรายเดือนราคา 280 - 420 บาท เทียบเท่ากับการไปชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ได้ประมาณ 1 - 2 เรื่อง และล่าสุดได้ออกแพ็คเกจ (Package) ใหม่ หากรับชมในเฉพาะสมาร์ทโฟน (Smart Phone) จะเสียค่าบริการเพียงเดือนละประมาณ 140 บาท (ลงทุนแมน, 2561) จากผลประกอบการของ Netflix ที่มีรายได้โตขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี สะท้อนให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ที่เปลี่ยนไปเป็นผลมาจากดิจิทัล ดิสรัปชัน (Digital Disruption) ซึ่งกระทบต่อธุรกิจโรงภาพยนตร์ในภาพรวมเนื่องจากผู้บริโภคมีทางเลือกหลากหลายช่องทางที่ง่ายและสะดวกในการเสพภาพยนตร์มากขึ้น ทำให้ยอดคนเข้าโรงภาพยนตร์ลดน้อยลงเรื่อยๆ ทำให้ธุรกิจโรงภาพยนตร์ต้องเร่งปรับกลยุทธ์ในการดึงดูดผู้บริโภคโดยเน้นการสร้างความพึงพอใจที่มีผลต่อความภักดีในการเลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์ต่อไป

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา “ปัจจัยเชิงสาเหตุของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงภาพยนตร์ในยุคดิจิทัล” โดยเชื่อมโยงแนวคิดของแบบจำลอง ACSI มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และอิทธิพลที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของธุรกิจโรงภาพยนตร์ในยุคดิจิทัล เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการโรงภาพยนตร์ ใช้เป็นแนวทางในการปรับกลยุทธ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ก่อให้เกิดความพึงพอใจและสร้างความภักดีในสินค้าและบริการ พร้อมทั้งสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเพิ่มขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุ ด้านความคาดหวัง ด้านการรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ ด้านการรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการ ด้านความพึงพอใจ และด้านข้อร้องเรียน ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคในการเข้าใช้บริการโรงพยาบาลนคร
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุ ด้านความคาดหวัง ด้านการรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการ ด้านการรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการ ด้านความพึงพอใจ และด้านข้อร้องเรียน ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคในการเข้าใช้บริการโรงพยาบาลนคร
3. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคในการเข้าใช้บริการโรงพยาบาลนครกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงพยาบาลนครในยุคดิจิทัล มีทั้งหมด 9 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ความคาดหวังมีอิทธิพลเชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครในยุคดิจิทัล

สมมติฐานที่ 2 ความคาดหวังมีอิทธิพลเชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครในยุคดิจิทัล

สมมติฐานที่ 3 ความคาดหวังมีอิทธิพลเชิงบวกกับความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครในยุคดิจิทัล

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้คุณภาพมีอิทธิพลเชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครในยุคดิจิทัล

สมมติฐานที่ 5 การรับรู้คุณภาพมีอิทธิพลเชิงบวกกับความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครในยุคดิจิทัล

สมมติฐานที่ 6 การรับรู้คุณค่ามีอิทธิพลเชิงบวกกับความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครในยุคดิจิทัล

สมมติฐานที่ 7 ความพึงพอใจมีอิทธิพลเชิงลบกับข้อร้องเรียนที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนครในยุคดิจิทัล

สมมติฐานที่ 8 ความพึงพอใจมีอิทธิพลเชิงบวกกับความจงรักภักดีส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงพยาบาลนครในยุคดิจิทัล

สมมติฐานที่ 9 ข้อร้องเรียนมีอิทธิพลเชิงลบกับความจงรักภักดีส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงพยาบาลนครในยุคดิจิทัล

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของธุรกิจโรงพยาบาลนตรีในยุคดิจิทัล เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้ทฤษฎีแบบจำลอง ACSI ซึ่งประกอบด้วย 6 ปัจจัย ดังนี้ ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectations) การรับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการ (Perceived Quality) การรับรู้คุณค่าของสินค้าและบริการ (Perceived Value) ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) ข้อร้องเรียนลูกค้า (Customer Complaints) และความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)

2. ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์ ประชากรที่นำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลนตรีในเครือเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ และเครือเอสเอฟ ซีนีมา ซิตี้

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

3.1 ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) ได้แก่

- (1) ความคาดหวัง
- (2) การรับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการ
- (3) การรับรู้คุณค่าของสินค้าและบริการ

3.2 ตัวแปรคั่นกลาง (Mediator/ Intervening latent Variables) ได้แก่

- (1) ความพึงพอใจ

3.3 ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

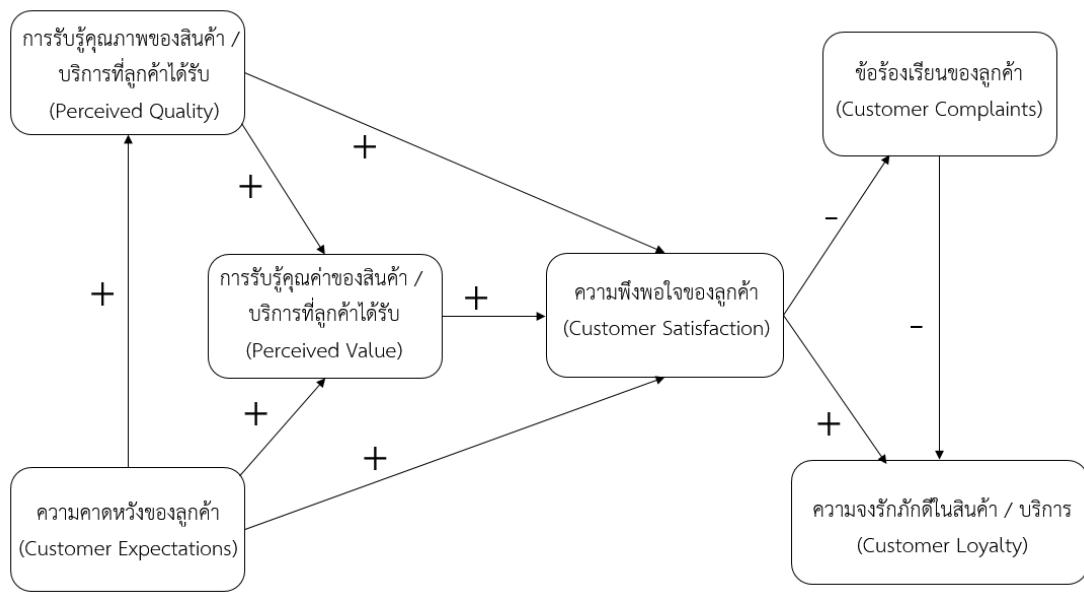
- (1) ความจงรักภักดี
- (2) ข้อร้องเรียน

4. ขอบเขตด้านเวลา การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ทำการค้นคว้า เก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือนตุลาคม 2562 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2563

5. ขอบเขตด้านสถานที่ โรงพยาบาลที่กล่าวถึงในที่ นี้ คือ โรงพยาบาลนตรีเครือเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ และโรงพยาบาลนตรีเครือเอส เอฟ ซีนีมา ซิตี้ ในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวความคิด

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีของแบบจำลอง ACSI (The American Customer Satisfaction Index Model) ซึ่งเป็นแบบจำลองการวัดความพึงพอใจของลูกค้า ที่คิดค้นโดยมหาวิทยาลัยมิชิแกน (Michigan) จากประเทศสหรัฐอเมริกา ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นนั้นมาจาก 3 ปัจจัย ได้แก่ ความคาดหวังของลูกค้า การรับรู้คุณภาพของสินค้า/บริการที่ลูกค้าได้รับ การรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการที่ลูกค้า และความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลต่อ 2 ปัจจัย ได้แก่ ข้อร้องเรียนของลูกค้า และความจงรักภักดีของลูกค้า (Fornell, C., & Cha, J., 1994) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัยตามแบบจำลอง ACSI

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ ซึ่งประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการโรงพยาบาลในเครือเมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ และเครือเอส เอพ ซิเนมา ซิตี กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์จำนวนตัวแปรที่ศึกษาของ Hair, Black, Babin and Anderson (2010, pp.100-102) คือ อัตราส่วนระหว่างกลุ่มตัวอย่างต่อจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรเพื่อให้มีความเหมาะสมในการวัดควรเป็นอย่างน้อย 20 ตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปร งานวิจัยฉบับนี้มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 31 ตัวแปร 31X10 ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 310 ตัวอย่าง โดยมีความผิดพลาดไม่เกิน 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่นำมาวิเคราะห์หาความเชื่อถือของข้อคำถามรายข้อ โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) ทดสอบค่าความเชื่อถือของข้อคำถามรายข้อแต่ละค่าอยู่ระหว่าง 0.897-0.917 (คำตอบมีความสอดคล้องกันมาก) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2556) และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง 0.018-0.778 มีค่าไม่เกิน 0.8 แสดงว่าไม่มีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ multicollinearity (ยุทธ โกยวรรณ์, 2556) เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบอาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น (Probability Sampling) โดยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วนเทียบสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจากขนาดของประชากรในแต่ละเขต โดยกำหนดพื้นที่ที่ต้องการศึกษาได้แก่ เขตการปกครองต่างๆ ที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร รวม 50 เขต ซึ่งแบ่งเขตการปกครองของกรุงเทพมหานครออกเป็น 3 กลุ่มเขต ดำเนินการสุ่มอย่างง่าย 2 ครั้ง ดังนี้ 1) สุ่มเขตการปกครองจาก

3 กลุ่มเขต ได้ดังนี้ กลุ่มเขตเมือง 3 เขต กลุ่มเขตต่อเมือง 5 เขต และ กลุ่มเขตชานเมือง 2 เขต

2) สุ่มอย่างง่ายเพื่อให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามสัดส่วนของขนาดกลุ่มประชากรในแต่ละเขต วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์รูปแบบอภิปหุเชิงสาเหตุด้วยการถดถอยเชิงพหุ และตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลอง ACSI ด้วยการวิเคราะห์เส้นทาง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย

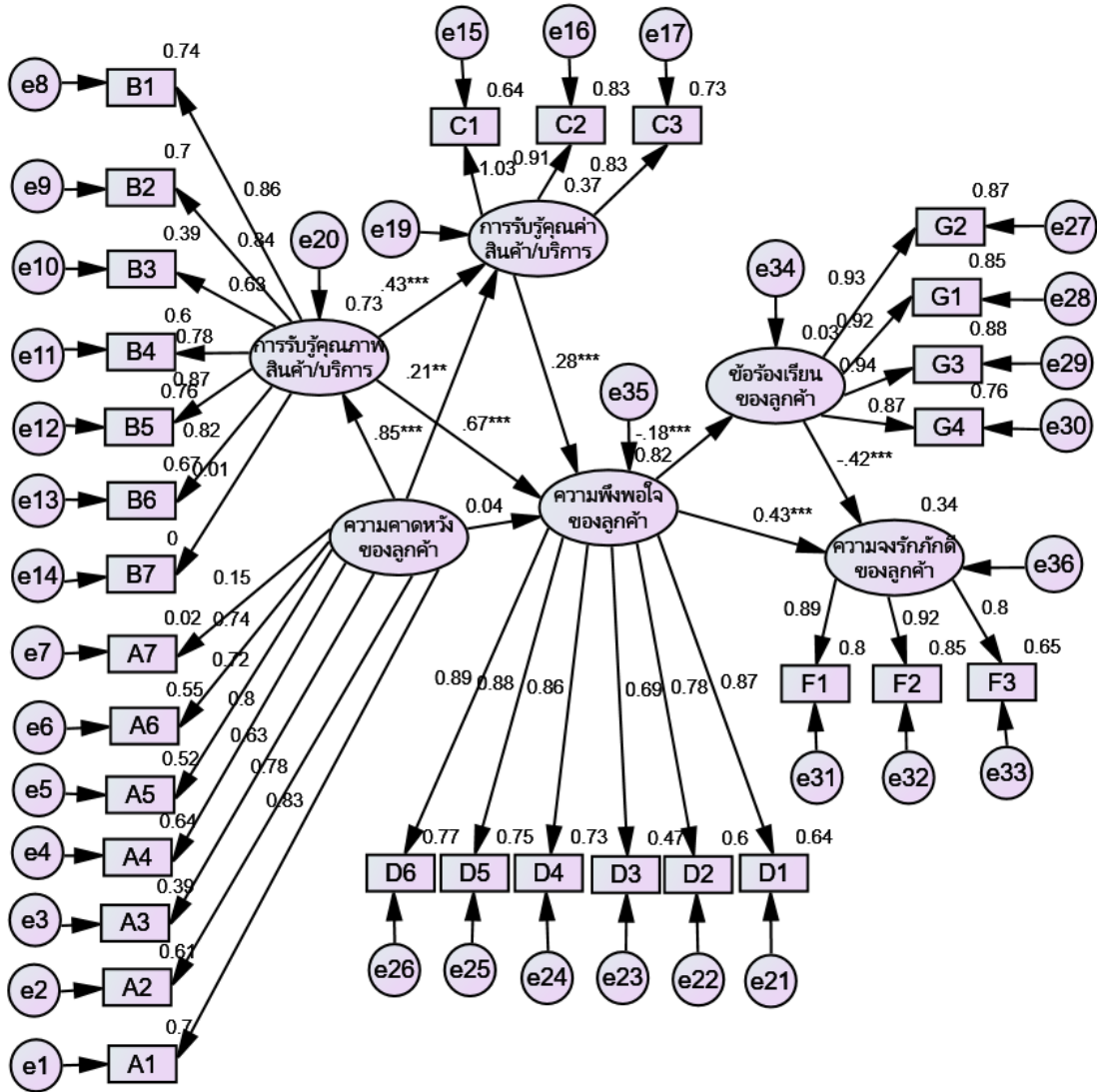
ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 35 ปี โดยมีสถานภาพโสด มีพฤติกรรมเลือกใช้บริการโรงภาพยนตร์ค่ายเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์เป็นประจำมากกว่าค่ายเอส เอฟ ซีเนม่า มีความถี่ในการใช้บริการโรงภาพยนตร์มากที่สุด 1 ครั้งต่อเดือน ค่าใช้จ่ายในการเข้ารับบริการอยู่ที่ 100-200 บาทต่อครั้ง นอกเหนือจากการใช้บริการโรงภาพยนตร์ส่วนใหญ่ใช้บริการร้านขายขนมและเครื่องดื่ม และมารับชมภาพยนตร์กับคู่รักมากที่สุด จำนวนคนที่มาชมต่อครั้ง ส่วนใหญ่มาครั้งละ 2 ท่าน เลือกใช้บริการช่วงเวลา 16.00-20.00 น. มากที่สุด และเลือกชมภาพยนตร์ในวันพุธมากที่สุด ภาพยนตร์ที่ชมส่วนใหญ่มาจากประเทศสหรัฐอเมริกาหรือที่เรียกว่า “ฮอลลีวูด” ซึ่งเลือกชมภาพยนตร์แนวบู๊/แอ็คชั่นมากที่สุด เหตุผลหลักที่มาชมภาพยนตร์ คือชอบระบบฉาย แสง สี เสียง ใช้บริการซื้อตั๋วผ่านช่องทางเครื่องอัตโนมัติ และสาเหตุที่มาใช้บริการเพราะต้องการความบันเทิง/คลายเครียด

การทดสอบแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM Model) พบว่า มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 350.331$, p -value = 0.259, GFI = 0.947, CFI = 0.998, RMR = 0.033) ค่าอัตราส่วนของไค-สแควร์กับ degree of freedom (χ^2 / df) มีค่าเท่ากับ 1.049 เป็นค่าที่แสดงความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่กำหนดว่าต้องมีค่าดัชนี χ^2 (.05 < p ≤ 1.00) ค่าดัชนี GFI (.95 < GFI ≤ 1.00) ค่าดัชนี CFI (.97 < CFI ≤ 1.00) และค่าดัชนี RMR (0 ≤ RMR ≤ .05) โมเดลมาตรฐานจึงมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (ยูทอ ไทยวรรณ, 2556) ผลที่ได้แสดงค่าดังภาพที่ 2

จากแบบจำลองข้อมูลเชิงประจักษ์ ภาพที่ 2 พบว่า

1. ความคาดหวังมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าผ่านการรับรู้คุณภาพที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ และความพึงพอใจส่งผลโดยตรงต่อความจงรักภักดี ขณะที่ข้อร้องเรียนมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อความจงรักภักดี
2. ความคาดหวัง การรับรู้คุณภาพ การรับรู้คุณค่า และความพึงพอใจ มีอิทธิพลเชิงบวกส่งผลต่อความจงรักภักดี ขณะที่ข้อร้องเรียนมีอิทธิพลเชิงลบต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดี

3. โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคในการเข้าใช้บริการโรงพยาบาลนครมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์



Chi-Square =350.331, Chi-Square/df = 1.049, df = 334, p = .259, GFI = .947
 CFI = .998, RMR = .033, RMSEA = .011, NFI = .967

ภาพที่ 2 โมเดลวัดความสัมพันธ์โครงสร้าง

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 1 พบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณภาพ เนื่องจากการรับรู้คุณภาพที่ได้รับเป็นไปตามความคาดหวัง โดยเฉพาะเรื่องของคุณภาพของระบบฉายภาพยนตร์ ความละเอียดของภาพ ระบบแสง สี และเสียง ซึ่งเป็นเหตุผลหลักที่ผู้บริการเลือกชมภาพยนตร์ในโรงภาพยนตร์ สอดคล้องตามแนวคิดของแบบจำลอง ACSI (Fornell

et al., 1996) และงานวิจัยของสุทธิรักษ์ สุวรรณวงษ์ (2559) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการร้าน Coffee World และร้าน True Coffee พบว่า ความคาดหวังต่อบริการของทั้ง 2 ร้าน มีผลในทางบวกต่อการรับรู้คุณภาพ

ผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 2 พบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่า เนื่องจากผู้ใช้บริการมีการรับรู้คุณค่าโดยภาพรวมแล้วรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับคุ้มค่า เป็นไปตามความคาดหวัง สอดคล้องตามแนวคิดของแบบจำลอง ACSI (Fornell et al., 1996) และงานวิจัยของสุทธิรักษ์ สุวรรณวงษ์ (2559) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการร้าน Coffee World และร้าน True Coffee พบว่า ความคาดหวังต่อบริการของทั้ง 2 ร้าน มีผลในทางบวกต่อการรับรู้คุณค่า

ผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 3 พบว่า ความคาดหวังไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ เนื่องจากความคาดหวังเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจได้ แต่ต้องผ่านการรับรู้คุณภาพและการรับรู้คุณค่า เมื่อผู้ใช้บริการได้รับการบริการที่มีคุณภาพเกิดการรับรู้และมองว่าสิ่งที่ได้รับกลับมา คุ้มค่ากับเงินที่จ่ายไป จึงทำให้เกิดความพึงพอใจขึ้น ซึ่งไม่สอดคล้องตามแนวคิดของแบบจำลอง ACSI (Fornell et al., 1996) แต่เป็นไปในแนวทางเดียวกับงานวิจัยของ จันจิรา ศรีสมบูรณ์ (2557) จากการศึกษาเรื่อง การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคาเฟ่สตรีเลียในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยใช้ Model ACSI พบว่า ความคาดหวังไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจ

ผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 4 พบว่า การรับรู้คุณภาพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่า เพราะการให้บริการที่มีคุณภาพย่อมส่งผลให้ผู้รับบริการรู้สึกถึงความคุ้มค่าในสิ่งที่ตนได้รับเทียบกับสิ่งที่ได้จ่ายออกไป สอดคล้องตามแนวคิดของแบบจำลอง ACSI (Fornell et al., 1996) และงานวิจัยของสุทธิรักษ์ สุวรรณวงษ์ (2559) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการร้าน Coffee World และร้าน True Coffee พบว่า การรับรู้คุณภาพบริการของทั้ง 2 ร้าน ส่งผลในทางบวกต่อการรับรู้คุณค่า

ผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 5 พบว่า การรับรู้คุณภาพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ เพราะผู้ใช้บริการรับรู้ได้ว่าการบริการที่ได้รับมีคุณภาพโดยรวมดี มีความถี่ในการผิดพลาดน้อย จึงส่งผลให้เกิดความพึงพอใจโดยรวม ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของแบบจำลอง ACSI (Fornell et al., 1996) และงานวิจัยของสุทธิรักษ์ สุวรรณวงษ์ (2559) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการร้าน Coffee World และร้าน True Coffee พบว่า การรับรู้คุณภาพบริการของทั้ง 2 ร้าน ส่งผลในทางบวกต่อความพึงพอใจโดยรวม

ผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 6 พบว่า การรับรู้คุณค่ามีอิทธิพลเชิงบวกกับความพึงพอใจ เพราะผู้ใช้บริการรับรู้ในแง่ความคุ้มค่าด้านคุณภาพการบริการที่ดีในภาพรวมกับราคาที่ใช้จ่ายไป จึงส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของแบบจำลอง ACSI (Fornell et al., 1996) และงานวิจัยของสุทธิรักษ์ สุวรรณวงษ์ (2559) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้

บริการร้าน Coffee World และร้าน True Coffee พบว่า การรับรู้คุณค่าของบริการของทั้ง 2 ร้าน ส่งผลในทางบวกต่อความพึงพอใจโดยรวม

ผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 7 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงลบต่อข้อร้องเรียน เมื่อผู้ใช้บริการได้รับสินค้าและบริการที่ไม่ดียอมทำให้เกิดความไม่พอใจในสินค้าและบริการนั้นๆ จึงส่งผลให้เกิดข้อร้องเรียนตามมา ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของแบบจำลอง ACSI (Fornell et al., 1996) และงานวิจัยของสุทธิรักษ์ สุวรรณวงษ์ (2559) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการร้าน Coffee World และร้าน True Coffee พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของบริการร้าน Coffee World และร้าน True Coffee ที่ลูกค้าได้รับส่งผลในทางลบต่อการร้องเรียน โดยร้าน True Coffee ได้รับผลทางลบมากกว่าร้าน Coffee World อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 8 พบว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลเชิงบวกส่งผลโดยตรงทางบวกต่อความจงรักภักดี เพราะเมื่อผู้ใช้บริการพึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับ ย่อมมีโอกาสให้กลับมาใช้บริการซ้ำก่อให้เกิดความภักดีในการใช้บริการนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของแบบจำลอง ACSI (Fornell et al., 1996) และงานวิจัยของสุทธิรักษ์ สุวรรณวงษ์ (2559) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการร้าน Coffee World และร้าน True Coffee พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมของบริการทั้ง 2 ส่งผลในทางบวกต่อความภักดี

ผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 9 พบว่า ข้อร้องเรียนของผู้ใช้บริการมีอิทธิพลเชิงลบต่อความจงรักภักดี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เนื่องจากโรงภาพยนตร์ในประเทศไทยที่คนส่วนใหญ่ใช้บริการมีแค่ 2 ค่ายที่ครองส่วนแบ่งการตลาดรวมกันถึง 80% อย่างเมเจอร์ ซีเนเพล็กซ์และเอส เอฟ ซีเนม่า ซิตี้ (ไทยพับลิกา, 2559) เมื่อเกิดความไม่พึงพอใจในการใช้บริการค่ายหนึ่ง ผู้ใช้บริการก็จะเลือกใช้บริการอีกค่ายหนึ่งแทน ซึ่งสอดคล้องตามแนวคิดของแบบจำลอง ACSI (Fornell et al., 1996) และงานวิจัยของสุทธิรักษ์ สุวรรณวงษ์ (2559) ที่ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการร้าน Coffee World และร้าน True Coffee พบว่า การร้องเรียนส่งผลในทางลบต่อความภักดีต่อบริการของทั้ง 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้

1. ความคาดหวังของลูกค้า ผู้ประกอบการควรปรับปรุงคุณภาพของสินค้า/บริการให้ทันสมัยอยู่เสมอ รวมถึงความหลากหลายของภาพยนตร์ที่นำมาให้บริการ ลดความผิดพลาดของการให้บริการในทุกๆ ด้านลง โดยเฉพาะการให้บริการของพนักงานและระบบการจองตั๋ว
2. การรับรู้คุณภาพสินค้า/บริการ ผู้ประกอบการควรรักษามาตรฐานของระบบฉายภาพยนตร์ ระบบแสง สี เสียง เพื่อเติมเต็มด้านอรรถรส ซึ่งผู้ใช้บริการรับรู้คุณภาพในเรื่องดังกล่าวได้มากที่สุด

3. การรับรู้คุณค่าสินค้า/บริการ เนื่องจากผู้ใช้บริการมองความคุ้มค่าเป็นหลัก เปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับบริการกับราคาที่ยจ่ายออกไป ซึ่งหากบริการที่ได้รับไม่เป็นไปตามความคาดหวัง หรือคุณภาพไม่ตรงกับความต้องการ อาจส่งผลให้เกิดความไม่พึงพอใจ และมีข้อร้องเรียนเกิดขึ้น

4. ความพึงพอใจของลูกค้า ผู้ประกอบการต้องยกระดับการบริการให้เป็นเลิศในทุกๆ ด้าน และสร้างกลยุทธ์ที่ตอบสนองความต้องการได้ตรงจุด เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ ส่งผลต่อความจงรักภักดีกลับมาใช้บริการโรงภาพยนตร์อย่างสม่ำเสมอ

5. ความจงรักภักดีของลูกค้า เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการคาดหวังสูงสุด ซึ่งหากการบริการโดยภาพรวมทุกด้านสามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้แล้ว ลูกค้าส่วนใหญ่ย่อมกลับมาใช้บริการซ้ำ ส่งผลให้เกิดความยั่งยืนในธุรกิจโรงภาพยนตร์ได้ต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจนอกเหนือจากงานวิจัยข้างต้น เช่น ปัจจัยด้านการตลาด 4Ps และ 7Ps เป็นต้น เพื่อสร้างความยั่งยืนให้ธุรกิจโรงภาพยนตร์

บรรณานุกรม

- กัลยา วาณิชบัญชา. (2556). การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง SEM ด้วย AMOS. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- จันจิรา ศรีสมบูรณ์. (2557). การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคาเฟ่สัตว์เลี้ยงในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลโดยใช้ Model ACSI. การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จุฬาลักษณ์ เทียนรุ่งรัมย์. (2559). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้รับบริการการแพทย์แผนไทยในภาคตะวันออกของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ลงทุนแมน. (มปป.). ธุรกิจโรงภาพยนตร์ กำลังถูก NETFLIX ทำลาย?. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <https://www.longtunman.com/11600> (สืบค้นวันที่ 2 ธันวาคม 2562).
- สต็อคทูมอร์โรว์. ซีรีส์ "หุ่นน่าจับตา" ตอนที่หก MAJOR เด็บโตท่ามกลางมรสุม Disruption. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <https://www.stock2morrow.com/article-detail.php?id=2161> (สืบค้นวันที่ 17 ธันวาคม 2562).
- สุทธิรักษ์ สุวรรณวงษ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจการใช้บริการร้าน Coffee World และร้าน True Coffee. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.

ยุทธ ไถยวรรณ์. (2556). การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วย AMOS. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไทยพับลิก้า. (มปป.). โครงสร้าง “คอขวด” อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมูลค่าตลาดกว่า 2 หมื่นล้านบาท เมื่อปลายน้ำมีผู้เล่นหลัก 2 ค่ายครองจอ. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <https://thaipublica.org/2016/08/film-industry-2/> (สืบค้นวันที่ 12 ธันวาคม 2562).

Claes Fornell, Michael D. Johnson, Eugene W. Anderson, Jaesung Cha and Barbara Everitt Bryant. (1996). **The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings**. *Journal of Marketing*, 60, 117-118

Fornell, C., & Cha, J. (1994). Partial Least Squares. In R. P. Bagozzi (Ed.), **Advanced Methods of Marketing Research**. (pp. 52–78).

Cambridge, MA: Blackwell. Quoted in Johnson, Michael D., Anders Gustafssonb, Tor Wallin Andreassenc, Line Lervikc and Jaesung Cha (2001). “The Evolution and Future of National Customer Satisfaction Index Models”. **Journal of Economic Psychology**, 22 (2), 217-245.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate data analysis: A global perspective**. (7th ed). New Jersey: Pearson Education Inc.

การศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริม อาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

The Study of Causal Relation Model That Affects to Decision Making for Buying the Dietary Supplement Products of the Elders in Bangkok

สิทธิชัย โจมสว่าง¹ รุจิภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ²

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยความคาดหวังของ
ลูกค้า การรับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการ การรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร 2) เพื่อ
วิเคราะห์อิทธิพลปัจจัยความคาดหวังของลูกค้า การรับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการ การรับรู้คุณค่า
ของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ 3) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพล ความพึงพอใจ และ
ทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร 4) เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล
ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร กับข้อมูลเชิงประจักษ์
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ประชากรที่ใช้คือ ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน
1,061,753 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้สูงอายุจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่ม
ตัวอย่างแบบชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณด้วยโปรแกรม
สำเร็จรูปทางสถิติ วิเคราะห์รูปแบบอิทธิพลเชิงสาเหตุด้วยการถดถอยเชิงพหุ การวิเคราะห์เส้นทาง
และตรวจสอบความสอดคล้องของแบบจำลอง ACSI

ผลการศึกษาพบว่า

1. ความคาดหวังของลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพ และการรับรู้คุณค่า
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในขณะเดียวกัน การรับรู้คุณภาพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่า
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
2. ความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้คุณภาพร่วมกัน มีอิทธิพลเชิงบวกกับ การรับรู้คุณค่า
ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และความพึงพอใจ
3. ความพึงพอใจและทัศนคติมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

E-mail: 628051410106@mail.rmutk.ac.th

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำภาควิชา คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

E-mail: rujipas.po@hotmail.com

4. โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

คำสำคัญ: ความคาดหวังของลูกค้า, การรับรู้คุณภาพ, การรับรู้คุณค่า, ทัศนคติ, ความพึงพอใจ

Abstract

The purpose of this research were: 1) to study the relation of the factors e.g. customer expectations, perceived quality, and perceived value of the dietary supplement products 2) to analyze the influences of the customer expectations, perceived quality, and perceived value of the dietary supplement products that affected to customer satisfactions 3) to analyze the influences of the customer satisfaction and the attitude that affected to decision making for buying the dietary supplement products 4) to verify the consistencies of the causal relation model that affected to decision making for buying the dietary supplement products altogether with the empirical data. The research instrument was the questionnaires. Data were analyzed by quantitative. The research population was 1,061,753 elders who lived in Bangkok and the samples consisted of 400 consumers by using the stratified sampling method. The data were analyzed by using computer software package. The methods for analyzing the influences of the causal factors and verifying the consistencies of the ACSI model was the multiple regression. The statistics used in this research were mean, percentage, and the standard deviations. The results were shown as follows:

1. The expectations had positively related to the perceived quality and the perceived value of the dietary supplement products while the perceived quality also had positively related to the perceived value of the dietary supplement products.

2. The expectations altogether with the perceived quality had positively influenced to the perceived value of the dietary supplement products and the satisfaction.

3. The satisfaction and the attitude had positively influenced to the decision making for buying the dietary supplement products.

4. The casual relation model that affected to the decision making for buying the dietary supplement products of the elders in Bangkok was consistent to the empirical data.

Keywords: Customer Expectations, Perceived Quality, Perceived Value, Attitude, Satisfaction.

บทนำ

ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเป็นธุรกิจที่ได้รับปัจจัยบวกจากกระแสใส่ใจสุขภาพและความงามของผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย โดยโซเชียลมีเดีย (Social Media) กลายเป็นแหล่งข้อมูลที่มีอิทธิพลต่อการสร้างความสนใจในผลิตภัณฑ์แต่ละตราสินค้า ไม่เพียงเท่านั้นยังใช้นวัตกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อรองรับกับสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ที่นับเป็นการก้าวสู่ยุคเศรษฐกิจผู้สูงอายุ (Silver Economy) ซึ่งเป็นยุคที่นำนวัตกรรมมาสร้างผลิตภัณฑ์และบริการที่รองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เพื่อช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถพึ่งพาตัวเองได้ ทั้งนี้มีโครงสร้างของประชากรไทยไปสู่สังคมผู้สูงอายุ มีสัดส่วนกว่าร้อยละ 11 ของประชากรไทยทั้งหมดในปัจจุบัน และมีแนวโน้มเพิ่มเป็นร้อยละ 20 ของประชากรไทยในปี 2568 ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้ว่า กลุ่มผู้สูงอายุ จะกลายเป็นกลุ่มที่มีกำลังสำคัญ และมีความต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอีกจำนวนมาก และธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในประเทศไทยยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง สืบเนื่องมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจในการดูแลสุขภาพและความงามมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นแรงผลักดันที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องเน้นสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของตัวเอง ให้สามารถตอบสนองความต้องการกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ได้มากที่สุด ขณะที่อีกเหตุผลคือการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้สูงอายุเหล่านั้นด้วย (ศิริพร อริยพุทธิรัตน์, 2562)

“ตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร” ในประเทศไทยมีมูลค่าสูงระดับแสนล้านบาท จากรายงานผลสำรวจมูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ปี 2559 พบว่า มูลค่าตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารรวมสูงถึง 726,700 ล้านบาท โดยที่ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อสุขภาพและรักษาโรคมียุคมีมูลค่ามากที่สุด โดยในปี 2560 ตลาดเสริมอาหารยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีการคาดการณ์ถึงการเติบโตเพิ่มขึ้นที่ 11% หรือมีมูลค่าสูงขึ้นไปอีกกว่า 738,000 ล้านบาท (The Power Network, 5 มิถุนายน 2561) แต่อีกนัยหนึ่งมีผลงานวิจัยที่ศึกษาเรื่องทัศนคติและความสนใจที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของผู้สูงอายุ ผ่าน Mobile Application สะท้อนให้เห็นว่า ผู้สูงอายุมีทัศนคติทางบวกต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมผ่าน Mobile Application โดยตระหนักว่าปัจจุบันผลิตภัณฑ์อาหารเสริมนั้นกลายเป็นสินค้าจำเป็นสำหรับผู้สูงอายุแต่ยังขาดความเชื่อมั่นและมีความกังวลว่าจะถูกหลอก ซึ่งการนำเสนอส่วนลด ของแถม หรือข้อความชวนเชื่อผลิตภัณฑ์ที่เกินความพอดี ทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นขาดความน่าเชื่อถือ (เอวินันท์ สอาดดี, 2559)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าผู้สูงอายุในยุคปัจจุบัน มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ ตลอดจนรับรู้ถึงคุณภาพและคุณค่าของสินค้าและบริการได้อย่างรวดเร็ว ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ และสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ทำให้ทราบข้อเท็จจริงที่แตกต่างกันรวมถึงข้อมูลในด้านลบด้วย เช่น การโฆษณาเกินจริง การส่งเสริมการตลาดที่ไม่ตอบโต้ต่อความต้องการ การไม่ได้มาตรฐาน

ตามข้อกำหนดของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ตลอดจนทัศนคติและความเชื่อต่างๆ ซึ่งมีส่วนทำให้ความน่าเชื่อถือต่อผลิตภัณฑ์ลดลง และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงประยุกต์ใช้ ACSI model ร่วมกับปัจจัยด้านทัศนคติเพื่อศึกษาปัจจัยความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุ ผลของการวิจัยครั้งนี้จะมีประโยชน์ทั้งต่อผู้สูงอายุและผู้ประกอบการ เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุนั้นจัดเป็นกลุ่มที่ควรได้รับข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารซึ่งสอดคล้องกับแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ด้านยุทธศาสตร์การส่งเสริมผู้สูงอายุในการส่งเสริมความรู้ด้านการส่งเสริมสุขภาพ ป้องกัน ดูแลตนเองเบื้องต้น และกลุ่มผู้สูงอายุนี้ยังมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการในการนำผลของการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในเชิงธุรกิจ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยความคาดหวังของลูกค้า การรับรู้คุณภาพ การรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลปัจจัยความคาดหวังของลูกค้า การรับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการ การรับรู้คุณค่าที่ส่งผลต่อความพึงพอใจ
3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพล ความพึงพอใจ และทัศนคติที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
4. เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ความคาดหวังของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 2 ความคาดหวังของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของสินค้าและบริการ ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 3 การรับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของสินค้าและบริการ ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 4 การรับรู้คุณค่าของสินค้าและบริการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 5 ความคาดหวังของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 6 การรับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการ มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 7 ความพึงพอใจของลูกค้า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

สมมติฐานที่ 8 ทศนคติของลูกค้า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ที่ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีแบบจำลอง ACSI บางส่วนซึ่งประกอบด้วย 4 ปัจจัย ดังนี้ ความคาดหวังของลูกค้า (Customer Expectation) การรับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการ (Perceived Quality) การรับรู้คุณค่าของสินค้าและบริการ (Perceived Value) และความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) กับปัจจัยด้านทัศนคติ (Attitude) และการตัดสินใจ (Decision Making)

2. ขอบเขตด้านประชากรศาสตร์

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชากรผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 1,061,753 คน ในเขตการปกครองทั้งหมด 50 เขต (กรมกิจการผู้สูงอายุ, สถิติผู้สูงอายุ ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2562) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาโดยวิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์จำนวนตัวแปรที่ศึกษาของ Hair, Black, Babin and Anderson (2010, pp.100-102) คือ อัตราส่วนระหว่างกลุ่มตัวอย่างต่อจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรเพื่อให้มีความเหมาะสมในการวัดควรเป็นอย่างน้อย 20 ตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปร งานวิจัยฉบับนี้มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 33 ตัวแปร 33×10 ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 330 ตัวอย่าง โดยมีความผิดพลาดไม่เกิน 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Proportional Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วนขนาดของกลุ่มประชากรผู้สูงอายุในแต่ละเขต จากนั้น สุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) แบบจับฉลากไม่ใส่กลับ จนได้ครบตามจำนวนที่กำหนดไว้

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่

1) ความคาดหวังของลูกค้า

2) การรับรู้คุณภาพของสินค้าและบริการ

3) การรับรู้คุณค่าของสินค้าและบริการ

4) ทักษะคิด

3.2 ตัวแปรต้นกลาง คือ ความพึงพอใจของลูกค้า

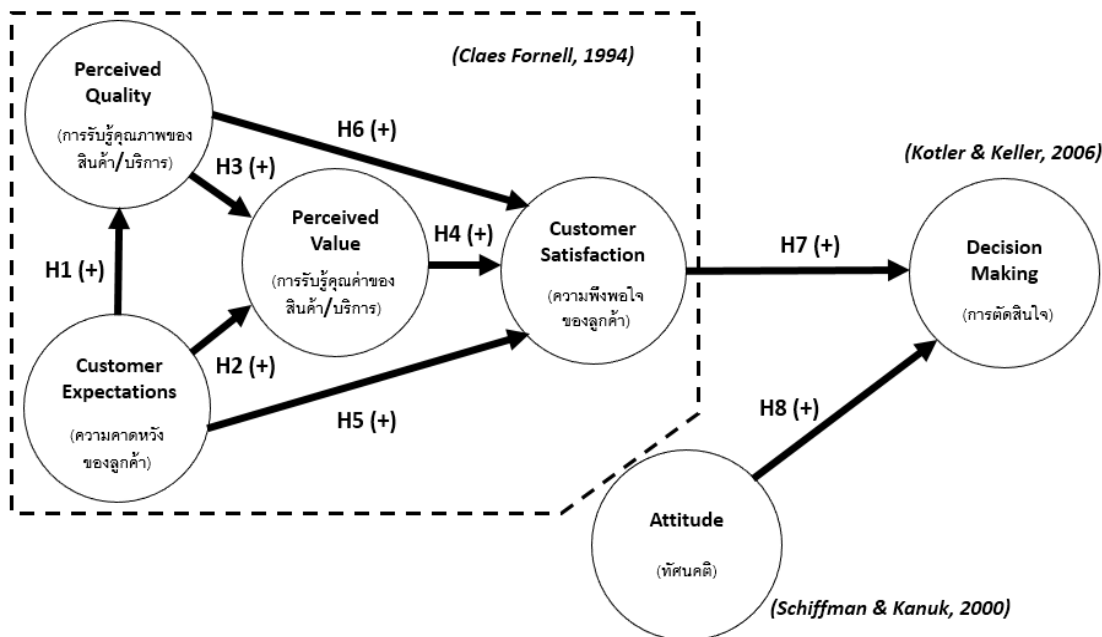
3.3 ตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อ

4. ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษาวินิจฉัยครั้งนี้ได้ทำการค้นคว้า เก็บรวบรวมข้อมูล ระหว่างเดือน ตุลาคม 2562 ถึง เดือน กุมภาพันธ์ 2563

กรอบแนวความคิด

จากการศึกษาแบบจำลอง American Customer Satisfaction Index (ACSI) เป็นเครื่องมือที่ใช้วัดความพึงพอใจของลูกค้า(Claes Fornell, 1994) แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ (Schiffman & Kanuk, 2000) และแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจ (Kotler & Keller, 2006)รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้เกณฑ์จำนวนตัวแปรที่ศึกษาของ Hair, Black, Babin and Anderson (2010, pp.100-102) คือ อัตราส่วนระหว่างกลุ่มตัวอย่างต่อจำนวนพารามิเตอร์หรือตัว

แปรเพื่อให้มีความเหมาะสมในการวัดควรเป็นอย่างน้อย 10-20 ตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปร งานวิจัยฉบับนี้มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 32 ตัวแปร 32×10 ใช้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 320 ตัวอย่างโดยมีความผิดพลาดไม่เกิน 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

ซึ่งได้มาโดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) แบบจับฉลากไม่ใส่กลับ และสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Proportional Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วนขนาดของกลุ่มประชากรผู้สูงอายุในแต่ละเขต

2) ดำเนินการเลือกกลุ่มเขต โดยกำหนดพื้นที่ที่ต้องการศึกษาตามการแบ่งเขตการปกครองของกรมการปกครองกระทรวงมหาดไทยทั้ง 50 เขต ออกเป็น 3 กลุ่มเขต

3) ดำเนินการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยการจับฉลากเพื่อเลือกกลุ่มตัวอย่าง แบบไม่ใส่คืนจาก 3 กลุ่มเขต ตามสัดส่วนของแต่ละกลุ่ม ให้เหลือ 25 และ 10 เขตตามลำดับ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่าง 15 – 30% ของทั้งหมด 50 เขตการปกครอง ซึ่ง 10 เขตที่สุ่มได้นี้คิดเป็นร้อยละ 20 ของเขตการปกครองทั้งหมด ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สัดส่วนที่ได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบง่ายของแต่ละกลุ่มเขต

ลำดับ	รายชื่อกลุ่มเขต	จำนวนเขตของกลุ่ม	สัดส่วนจากการสุ่ม (เขต)	
			50%	20%
1	กลุ่มเขตเมือง	14	7	3
2	กลุ่มเขตต่อเมือง	26	13	5
3	กลุ่มเขตชานเมือง	10	5	2
	รวม	50	25	10

4) ผู้วิจัยได้ดำเนินการสุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาวิจัยทั้ง 10 เขต โดยใช้เกณฑ์ประชากรผู้สูงอายุทั้งหมดที่จะทำการสุ่มตัวอย่าง คือ 400 คน และใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 จำนวนกลุ่มตัวอย่างแยกตามเขตและผู้สูงอายุ ชาย หญิงของแต่ละเขต

ลำดับ ที่	เขตการปกครอง แยกตามกลุ่มเขต	จำนวนเขต การปกครอง	ตัวแทนเขต ที่ได้จากการสุ่ม	สัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง
				(คน)
1	กลุ่มเขตเมือง	3	เขตป้อมปราบฯ	ชาย 9 หญิง 11 รวม 20
			เขตวังทองหลาง	ชาย 14 หญิง 21 รวม 35
			เขตธนบุรี	ชาย 17 หญิง 24 รวม 41
2	กลุ่มเขตต่อเมือง	5	เขตบางเขน	ชาย 23 หญิง 32 รวม 55

ลำดับ ที่	เขตการปกครอง แยกตามกลุ่มเขต	จำนวนเขต การปกครอง	ตัวแทนเขต ที่ได้จากการสุ่ม	สัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
			เขตสายไหม	ชาย 22 หญิง 30 รวม 52
			เขตดอนเมือง	ชาย 19 หญิง 26 รวม 45
			เขตสะพานสูง	ชาย 12 หญิง 16 รวม 28
			เขตบางกอกน้อย	ชาย 19 หญิง 27 รวม 46
3	กลุ่มเขตชานเมือง	2	เขตลาดกระบัง	ชาย 16 หญิง 21 รวม 37
			เขตหนองแขม	ชาย 17 หญิง 24 รวม 41
รวม				400

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้คือแบบสอบถาม-สำหรับคุณภาพของแบบสอบถามนั้นผู้วิจัยทดสอบความเชื่อถือได้โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ (Try – out) กับกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability of the Test)

2) วิเคราะห์หาความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามรายข้อ โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.960 - 0.962 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.7 (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2549) จึงถือว่า แบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ มีความน่าเชื่อถือ

3) วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง .706 - .949 พบว่าตัวแปรอิสระบางคู่มีค่าความสัมพันธ์เกิน .80 ซึ่งจะทำให้เกิดสภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ Multicollinearity (ยูทธ ไกยวรรณ, 2556) ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้วิธี stepwise เพื่อเลือกตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันสูงออก จึงทำให้ไม่เกิดสภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุและการวิเคราะห์เส้นทาง

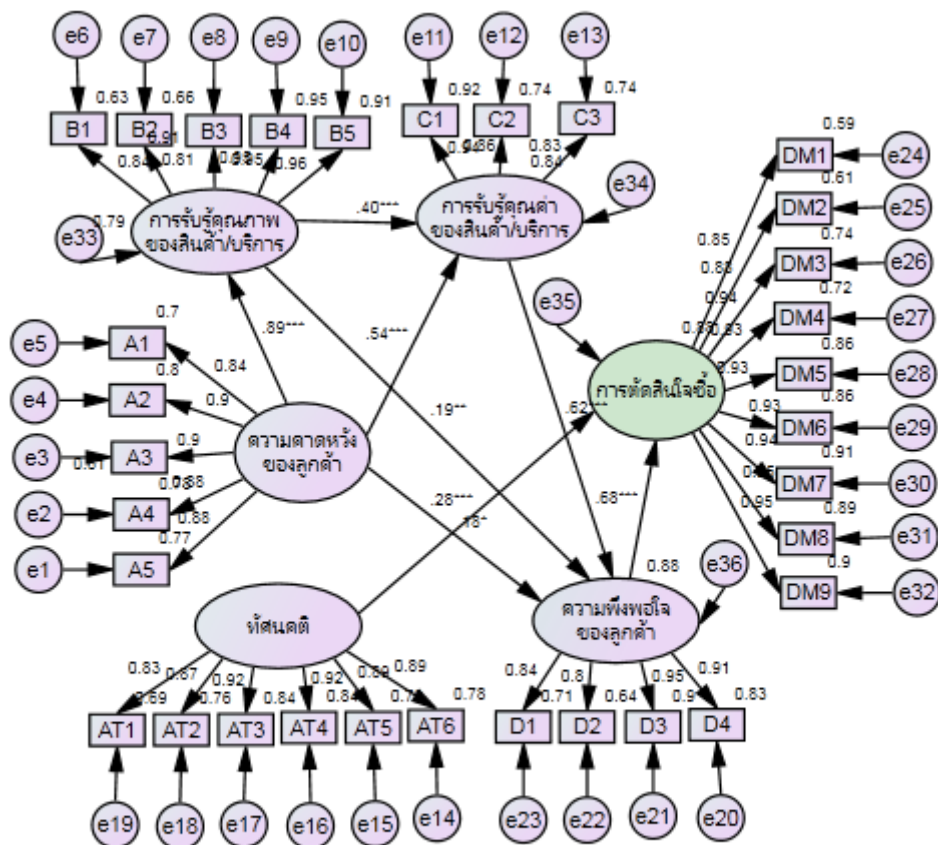
ผลการวิจัย

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 58) มีอายุระหว่าง 66 - 70 ปี (ร้อยละ 33.5) มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 53.8) มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 42.8) ความถี่ในการซื้อ 1 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 65) และมีงบประมาณการซื้อต่ำกว่า 1000 บาทต่อครั้ง (ร้อยละ 72.3)

ด้านพฤติกรรมผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่บริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากประโยชน์ด้านทดแทนสารอาหาร (ร้อยละ 20.2) โดยปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริม

อาหาร เรียงลำดับจากมากไปน้อยคือ ปัจจัยด้านสรรพคุณ ปัจจัยด้านคุณภาพ ปัจจัยด้านความเชื่อมั่น/อย./แหล่งที่มา ปัจจัยด้านทัศนคติ/ความเชื่อ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านโฆษณา/รีวิวสินค้า ปัจจัยด้านตราสินค้า/ยี่ห้อ และปัจจัยด้านโปรโมชั่น ในขณะที่สื่อสังคม/โฆษณา/ดารา นักร้อง ได้รับเลือกว่ามีอิทธิพลสูงสุด (ร้อยละ 32) โดยผ่านทางช่องทางโทรทัศน์มากที่สุด (ร้อยละ 33.8)

การทดสอบแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM Model) พบว่า มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 250.409$, p -value=.864, GFI=.963, CFI=1.000, RMR=.008) ค่าอัตราส่วนของไค-สแควร์กับ degree of freedom (χ^2 / df) มีค่าเท่ากับ .907 เป็นค่าที่แสดงความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่กำหนดว่าต้องมีค่าดัชนี χ^2 (.05 < p ≤ 1.00) ค่าดัชนี GFI (.95 < GFI ≤ 1.00) ค่าดัชนี CFI (.97 < CFI ≤ 1.00) และค่าดัชนี RMR (0 ≤ RMR ≤ .05) โมเดลมาตรฐานจึงมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (ยุทธ ไกยวรรณ, 2556)



**Chi-square = 250.409, Chi-square/df = .907, df = 276, p = .864, GFI = .963
CFI = 1.000, RMR = .008, RMSEA = .000, NFI = .988**

ภาพที่ 2 แบบจำลองข้อมูลเชิงประจักษ์

จากแบบจำลองข้อมูลเชิงประจักษ์ ภาพที่ 2 พบว่า

1. ความคาดหวังของลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณภาพ และการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ในขณะเดียวกัน การรับรู้คุณภาพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
2. ความคาดหวังของลูกค้าและการรับรู้คุณภาพร่วมกัน มีอิทธิพลเชิงบวกกับการรับรู้คุณค่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และความพึงพอใจ
3. ความพึงพอใจและทัศนคติมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
4. โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 1 ความคาดหวังของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณภาพผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดย ความคาดหวังด้านมาตรฐานความปลอดภัย สรรพคุณ ความคุ้มค่า การไม่มีผลข้างเคียง และปริมาณสารอาหารของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะเกิดขึ้นก่อนซื้อสินค้า ผู้สูงอายุจะประเมินคุณภาพของสินค้าจากประสบการณ์จริงจากการรับรู้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จรุงญ อินทนา ศักดิ์ (2559) ที่ศึกษาเรื่อง มุมมองคุณภาพกับความพึงพอใจต่อการให้บริการธุรกิจร้านอาหารแพคเกจจิ้งร้านคาเฟ่เมซอนและร้านอินทนิลในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่พบว่าความคาดหวังต่อการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมุมมองคุณภาพ และสอดคล้องกับแนวความคิด Fornell et al. (1996) ว่าข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์เสมือนเป็นคำมั่นสัญญาที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งจะนำไปตามคาดหวังหรือไม่นั้นลูกค้าต้องมีการใช้หรือประสบการณ์ร่วมกับผลิตภัณฑ์นั้นก่อนจึงจะตัดสินใจได้ว่าเป็นอย่างไร

ผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 2 พบว่าความคาดหวังของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผู้สูงอายุนำความคาดหวังก่อนการตัดสินใจซื้อมาให้น้ำหนักหรือให้ความสำคัญจึงส่งผลต่อตัวชี้วัดการรับรู้คุณค่าของสินค้า/บริการ มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรุงญ อินทนา ศักดิ์ (2559) ที่ศึกษาเรื่องมุมมองคุณภาพกับความพึงพอใจต่อการให้บริการธุรกิจร้านอาหารแพคเกจจิ้งร้านคาเฟ่เมซอนและร้านอินทนิลในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่พบว่าความคาดหวังต่อการบริการมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อมุมมองคุณค่า และสอดคล้องกับแนวความคิด Fornell et al. (1996) ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์เสมือนเป็นคำมั่นสัญญาที่ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ซึ่งจะนำไปตามคาดหวังหรือไม่นั้นลูกค้าต้องมีการใช้หรือประสบการณ์ร่วมกับผลิตภัณฑ์นั้นก่อนจึงจะตัดสินใจได้ว่าเป็นอย่างไร

ผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 3 พบว่าการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ผู้สูงอายุได้รับเหมาะสมกับคุณภาพ ทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกถึงความคุ้มค่าของต้นทุนที่เกิดขึ้น ส่งผลให้ผู้สูงอายุตระหนักถึงคุณค่าของการบริการเพิ่มขึ้นด้วยสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรุงญ อินทนาศักดิ์ (2559) ที่ศึกษาเรื่องมุมมองคุณภาพกับความพึงพอใจต่อการให้บริการธุรกิจร้านกาแฟ:กรณีศึกษาร้านคาเฟ่เมซอนและร้านอินทนิลในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่พบว่าคุณภาพต่อการบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อมุมมองคุณค่า และสอดคล้องกับแนวความคิด Fornell et al. (1996) ที่ว่า เมื่อลูกค้ามีประสบการณ์ร่วมกับผลิตภัณฑ์จะสามารถประเมินคุณภาพได้ว่าเป็นอย่างไรส่งผลต่อการรับรู้ของลูกค้า

ผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 4 พบว่าการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าหากผู้สูงอายุเปรียบเทียบคุณภาพของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารกับค่าใช้จ่ายแล้วพบว่ามีความเหมาะสมและคุ้มค่าจะทำให้รับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่เพิ่มขึ้น อันเป็นผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้าสอดคล้องกับงานวิจัยของ จรุงญ อินทนาศักดิ์ (2559) ที่ศึกษาเรื่อง มุมมองคุณภาพกับความพึงพอใจต่อการให้บริการธุรกิจร้านกาแฟ:กรณีศึกษาร้านคาเฟ่เมซอนและร้านอินทนิลในเขตจังหวัดนนทบุรี ซึ่งพบว่า คุณค่าต่อการบริการมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความพึงพอใจ และสอดคล้องกับแนวความคิดของ Fornell et al. (1996) ว่าคุณค่ามาจากการเปรียบเทียบระหว่างราคาหรือต้นทุนที่จ่ายเปรียบเทียบกับสิ่งที่ลูกค้าได้รับจากการใช้ผลิตภัณฑ์นั้นว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ หากลูกค้าประเมินว่าเหมาะสม คุณค่าในการรับรู้ของลูกค้าก็จะเกิดขึ้น แต่ในทางตรงกันข้ามหากไม่มีความเหมาะสมคุณค่าในการรับรู้ของลูกค้าก็จะไม่เกิด

ผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 5 พบว่าความคาดหวังของลูกค้า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าความคาดหวังด้านมาตรฐานความปลอดภัย สรรพคุณ ความคุ้มค่า การไม่มีผลข้างเคียง และปริมาณสารอาหารของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจะเกิดขึ้นก่อนซื้อสินค้า เมื่อความคาดหวังเหล่านี้ได้รับการตอบสนองก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจของลูกค้า สอดคล้องตามแนวคิดของแบบจำลอง ACSI (Fornell et al., 1996) และงานวิจัยของ จรุงญ อินทนาศักดิ์ (2559) ที่ศึกษาเรื่อง มุมมองคุณภาพกับความพึงพอใจต่อการให้บริการธุรกิจร้านกาแฟ:กรณีศึกษาร้านคาเฟ่เมซอนและร้านอินทนิลในเขตจังหวัดนนทบุรี ซึ่งพบว่าความคาดหวังของลูกค้ามีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลเชิงบวกกับความพึงพอใจของลูกค้า

ผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 6 พบว่าการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารด้านปริมาณสารอาหารที่เหมาะสม

ด้านมาตรฐานความปลอดภัย ด้านสรรพคุณหรือประโยชน์ ด้านความคุ้มค่า และด้านคุณภาพที่ไม่มีผลข้างเคียง มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่งผลให้ผู้สูงอายุเกิดความพึงพอใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรินทร์ นางาม (2561) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง อิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้คุณภาพสินค้าและบริการมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีอิทธิพลทางตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสอดคล้องตามแนวคิดของแบบจำลอง ACSI (Fornell et al., 1996) ที่กล่าวว่า คุณภาพในสายตาผู้บริโภคเกิดได้จากคุณภาพโดยรวม ความเชื่อถือได้ และความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค จะส่งผลทางบวกโดยตรงต่อความพึงพอใจโดยรวม

ผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 7 พบว่าความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร โดยความพึงพอใจที่มีต่อคุณภาพและความพึงพอใจโดยรวมของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้นเป็นความรู้สึกเมื่อได้รับสิ่งที่ต้องการ ซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบการรับรู้กับความคาดหวัง เมื่อการรับรู้ต่อสิ่งที่ต้องการเหมาะสมกับความคาดหวังก็จะเกิดความพึงพอใจ และส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งนภา ออมสินสมบุรณ์ (2556) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการซ้ำของร้านค้าของกลุ่มวัยทำงานและวัยนักศึกษา และสอดคล้องกับแนวความคิด Kotler (2006) ที่กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่รับรู้ว่าได้บรรลุถึงความต้องการที่เหมาะสมกับความคาดหวัง เมื่อผู้บริโภคได้รับความรู้สึกต่อสินค้าหรือบริการตามที่ผู้บริโภคคาดหวังไว้ก็จะเกิดความพึงพอใจต่อสินค้าและบริการนั้น

ผลการวิจัยตามสมมติฐานที่ 8 พบว่าทัศนคติของลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร กรุงเทพมหานคร โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ (อำภา เจริญฤทธิ์, 2557) ที่ศึกษาเรื่อง ทัศนคติที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนิวทริไลท์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถอภิปรายได้ว่าทัศนคติของผู้สูงอายุต่อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้น ได้รับจากประสบการณ์ และข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหลายแหล่งข้อมูล สะท้อนให้เกิดความรู้สึกเชื่อมั่นและไว้วางใจที่ทำให้เกิดความความชอบและเกิดความโน้มเอียงที่จะซื้อสินค้า ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้สูงอายุ และสอดคล้องกับแนวความคิด Schiffman และ Kanuk (2000) ที่ได้ให้ความหมายของทัศนคติว่าเป็นความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ ทำให้มีพฤติกรรมลักษณะที่ชอบหรือไม่ชอบที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สะท้อนถึงแนวโน้มจะมีพฤติกรรมของผู้บริโภค หรือแนวโน้มการกระทำที่แสดงออกหรือความโน้มเอียงที่จะซื้อสินค้า

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้

1.1 ผลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมิใช่ยารักษาโรคแม้ว่าผลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารส่วนใหญ่มาจากธรรมชาติแต่อาจทำให้เกิดการแพ้และมีผลข้างเคียงได้ อย่างไรก็ตามผู้บริโภคมีความคาดหวังต่อคุณภาพของผลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารว่ามีผลทำให้สุขภาพแข็งแรงและได้รับประโยชน์สูงสุด ฉะนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในคุณภาพของผลผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ได้มาตรฐาน ปลอดภัย ได้รับอนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)

1.2 ผู้ประกอบการ ควรระบุรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับชื่อผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ส่วนประกอบของผลผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร วิธีการเก็บรักษา ข้อควรระวัง วิธีใช้ ปริมาณหรือน้ำหนักสุทธิ วันผลิต วันหมดอายุ

2. ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติมได้แก่ ความไว้วางใจต่อผู้ประกอบการ ส่วนประสมทางการตลาด คุณค่าตราสินค้า ผสมผสานกับแบบจำลอง ACSI เพื่อจะได้ทราบถึงความแตกต่างของข้อมูล จะทำให้เกิดประโยชน์ต่อกลุ่มธุรกิจหรือผู้ประกอบการ และสามารถนำข้อมูลมาวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

บรรณานุกรม

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2562). สถิติผู้สูงอายุ ณ วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2562. [ออนไลน์] สืบค้นจาก: <http://www.dop.go.th/th/know/1/238> (วันที่สืบค้น 26 ธันวาคม 2562).
- จรรยา อินทนาศักดิ์. (2559). มุมมองคุณภาพกับความพึงพอใจต่อการให้บริการธุรกิจร้านกาแฟ: กรณีศึกษาร้านคาเฟ่เมซอนและร้านอินทนิลในเขตจังหวัดนนทบุรี. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- พัชชรินทร์ อุดออม. (2558). ปัจจัยด้านทัศนคติต่อการซื้อ การซื้อจากแรงกระตุ้น และรูปแบบของแพ็คเกจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเครื่องประดับผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ยุทธ ไภยวรรณ. (2556). การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วย AMOS. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รุ่งนภา ออมสินสมบุรณ์ (2556). ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาใช้บริการซ้ำของร้านค้าเครือข่ายของกลุ่มวัยทำงานและวัยนักศึกษา. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- วรรณพร นางาม. (2561). อิทธิพลของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำอาหารคลีนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.
- ศิริพร อริยพุทธิรัตน์. (2562, 20 เมษายน). ธุรกิจ Supplements พึ่งพานวัตกรรมสู่ยุค Silver Economy. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://techsauce.co/exec-insight/supplements-silver-economy-kin#> (วันที่สืบค้น 25 ธันวาคม 2562).
- อรรณพ เรื่องกัลปวงศ์ และ สรวารรณ์ เรื่องกัลปวงศ์. (2558). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต. (วันที่สืบค้น 25 ธันวาคม 2562).
- เอวินันท์ สอาดดี. (2559). ทักษะคติและความสนใจที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมของผู้สูงวัยผ่าน Mobile Application. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อำภา เจริญฤทธิ์. (2557). ทักษะคติที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนิเวศโลกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Claes Fornell, and Donald R. Lehmann. (1994). Customer Satisfaction, Market Share, and Profitability: Findings from Sweden. *Journal of Marketing*, 58 (January), 53-66.
- Claes Fornell, Michael D. Johnson, Eugene W. Anderson, Jaesung Cha and Barbara Everitt Bryant. (1996). The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings. *Journal of Marketing*, 60, 117-118
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2006). *Marketing Management*. (12th ed.). New Jersey: Pearson Education, 135-136.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer behavior*. (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- The Power Network, (2561, 5 มิถุนายน). เสริมอาหาร ชุมทรัพย์แสนล้าน!! เสริมศักดิ์คนชาย-เสริมสติคนซื้อ. [ออนไลน์] สืบค้นจาก <https://www.thepowernetworknews.com/2018/06/05/6842/> (วันที่สืบค้น 25 ธันวาคม 2562).

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรและความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อ
ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน)
จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
Perceive of organizational support and job satisfaction affect to Work
Efficiency of employees TOT Public Company Limited,
Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

กัญญรัตน์ คงมัน¹ ภิญญาดา รื่นสุข²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรและความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ พนักงานบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 211 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ในการทดสอบสมมติฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ประกอบด้วย ความยุติธรรมในองค์กร การได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน และค่าตอบแทนและสวัสดิการ โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 2.97$, S.D. = 0.77) โดยส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) เนื่องจาก หัวหน้างานบริษัททีโอทีจำกัด มหาชนปฏิบัติงานร่วมกับลูกน้องด้วยความยุติธรรม เสมอภาคเท่าเทียมกันทุกคนพร้อมสนับสนุนให้พนักงานได้รับโอกาสในความก้าวหน้าของการปฏิบัติงาน และให้ความสำคัญในเรื่องของค่าตอบแทนให้เพียงพอต่อการดำรงชีวิต เหมาะสมตามนโยบายขององค์กร 2) ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานประกอบด้วย ความพึงพอใจด้านงาน ความพึงพอใจด้านการจัดการ และความพึงพอใจด้านบุคคล โดยภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 2.97$, S.D. = 0.85) เนื่องจาก พนักงานได้รับมอบหมายงานจากหัวหน้างานอย่างชัดเจนพร้อมอุปกรณ์ เครื่องมือการปฏิบัติงานมีความเหมาะสม สภาพแวดล้อมในองค์กรมีแสงสว่างเพียงพอ โดยพนักงานเกิดความพอใจในความรู้ความสามารถของตนเองและจะนำความรู้ ทักษะของตนเองมาใช้ในการปฏิบัติงานอย่างเต็มความสามารถ ดังนั้นผู้บริหาร ควรส่งเสริมควรสอบถาม เอาใจใส่การปฏิบัติงานของพนักงาน ลูกน้องมากยิ่งขึ้น เพื่อการตรวจสอบปัญหาและสามารถแก้ไขปัญหาระหว่างการปฏิบัติงานได้

¹ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ E-Mail: Kanpair@hotmail.com

² (อาจารย์ ดร.) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

สำเร็จทันเวลากำหนด พร้อมแสดงความชัดเจนเกี่ยวกับเงื่อนไขการปรับเงินเดือน เลื่อนตำแหน่งที่เป็นมาตรฐานให้พนักงานทุกคนได้รับรู้ทุกส่วนงานมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร, ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน, ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

Abstract

The purpose of this research was to study perceived of organizational support and job satisfaction affect to work efficiency of employees of TOT Public Company Limited, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The samples used in the study were 211 employees of TOT Public Company Limited. The research instrument for collecting data was a questionnaire. The statistics used for data analysis were percentage, mean, and standard deviation. Multiple regression analysis was applied for the hypothesis test. The study found that 1) Perceive of organizational support include organization justice, support from supervisor, besides compensation and benefits. In overall the opinions was at an intermediate level ($\bar{X} = 2.97$, S.D. = 0.77) which affect to work efficiency of employees of TOT Public Company Limited, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. Due to the supervisor of TOT Public Company Limited works with employees moderately, equitable for everyone, prompt to support the employees to have the opportunity to have their work promote. Also, pay attention to compensation for adequate living according to the organization's policy. 2) Job satisfaction includes the satisfaction of job, satisfaction of management and satisfaction of personal. In overall the opinions was at an intermediate level ($\bar{X} = 2.97$, S.D. = 0.85). Due to their supervisors assigned their tasks clearly, with tools and equipment which suitable for their operations. There is sufficient lighting in the organization. The employees are satisfied with their knowledge, then used their knowledge and skills with their operations. So the manager should promote, interrogate, pay more attention to the work of the employees. To problem checking, besides able to solve problems on the operation completed on time. In addition, clear conditions of standard for the promotion of compensation and position, for all employees to be aware of all departments further.

Keywords: Perceive of organizational support, Job satisfaction affect to Work, Efficiency of employees

บทนำ

เทคโนโลยีการสื่อสารโทรคมนาคม มีพัฒนาการที่เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว การสื่อสารจึงเข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อการใช้ชีวิตประจำวัน เสมือนเป็นปัจจัยที่ห้าของประชากรในสังคมทุกระดับ และมีแนวโน้มที่จะมีบทบาทมากยิ่งขึ้นในอนาคต เพราะเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการดำเนินงาน ทั้งองค์กรเอกชน และองค์กรรัฐบาล รวมไปถึงการศึกษา การสนทนารับส่งข้อมูลข่าวสารได้ทั้งภาพ เสียง ข้อมูลต่างๆ ที่สามารถสื่อสารได้อย่างไม่มีขอบเขต ไม่ว่าจะทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรวดเร็ว ประหยัดค่าใช้จ่าย (จำนง ภูมิพันธ์, 2533) ประกอบกับบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) เป็นผู้ประกอบการรายหนึ่งในประเทศไทยที่ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพการให้บริการต่อกลุ่มลูกค้าจึงนำกลยุทธ์การบริหารด้านต่างๆ มาปรับใช้เพื่อกระตุ้นกลุ่มลูกค้าใช้สินค้าและบริการ อีกทั้งบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) ยังเป็นผู้ประกอบการโทรคมนาคมรายแรกและรายเดียวที่สามารถให้บริการลูกค้าได้ทั่วประเทศที่อยู่สูงคมไทยมาเป็นเวลานาน รวมถึงการบริการโทรคมนาคมที่หลากหลาย และทีมงานผู้บริหารที่มีประสบการณ์ และความชำนาญในด้านโทรคมนาคมต่างๆ (วรรณพร ลิ้มหาชีวะ, 2559) และจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) ต้องดำเนินการขยายฐานลูกค้าให้ครอบคลุมทุกภาคส่วน ทั้งลูกค้ากลุ่มองค์กรธุรกิจ กลุ่มหน่วยงานภาครัฐ และลูกค้ากลุ่มประชาชนทั่วไป ทีโอที จึงได้นำเสนอบริการทางด้านสื่อสารโทรคมนาคมแบบครบวงจรทั้งบริการด้านเสียง ภาพเคลื่อนไหว และข้อมูลซึ่งนอกเหนือจากการเป็นผู้ให้บริการโทรศัพท์รายใหญ่ที่สุด ของประเทศแล้วทีโอทียังมุ่งมั่นในการเป็นผู้นำ ในการให้บริการอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง บริการมัลติมีเดียและบริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ระบบ 3G ซึ่งทีโอทีได้เร่งทำการขยายโครงข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อให้ครอบคลุมทั่วทั้งประเทศ เพราะตระหนักดีว่าระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงนั้นเป็นรากฐานที่สำคัญประการหนึ่งในการขับเคลื่อนประเทศไปสู่สังคมแห่งการเรียนรู้และทำให้ประเทศไทยสามารถพัฒนาได้อย่างยั่งยืน (บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) 2559) ดังนั้น องค์กรต้องการคือประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เพราะประสิทธิภาพการปฏิบัติงานเป็นสิ่งที่สำคัญซึ่งเกิดจากการทำงานของพนักงานในองค์กร ซึ่งประสิทธิภาพของการทำงานเสมือนแรงขับ สามารถช่วยส่งเสริมช่วยให้องค์กรพัฒนา และดำเนินการได้เป็นอย่างดีทั้งในปัจจุบัน และอนาคต เมื่อองค์กรต้องการประสิทธิภาพของผลการทำงาน ผู้บริหารจะต้องใช้วิธีการบริหารอย่างเหมาะสมกับองค์กร และพนักงาน วิธีหนึ่งที่สำคัญคือการสร้างกลไกและระบบในการปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานให้กับพนักงาน (ตินปรัชญพฤทธิ, 2536) สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้พนักงานในองค์กรทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพก็คือการที่พนักงานในองค์กรได้รับสิ่งสนับสนุนจากองค์กรในรูปแบบต่างๆ เพราะการได้รับการสนับสนุนจากองค์กรเป็นสิ่งที่สำคัญต่อความรู้สึก ทศนคติที่ดีต่อองค์กรของพนักงานในแต่ละบุคคล โดยองค์กรคำนึงถึงความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานในชีวิตการทำงาน และชีวิตครอบครัว ในความยุติธรรมของกฎระเบียบ ค่าตอบแทนที่พึงจะได้รับ อีกทั้งการได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน ซึ่งหัวหน้างานเสมือนเป็นตัวแทนขององค์กรหรือผู้บริหารที่คอยให้ความช่วยเหลือหรือการจัดสรรอุปกรณ์การทำงาน

ให้กับพนักงานอย่างถูกต้องเหมาะสม เพื่อการทำงานที่ประสบผลสำเร็จ ซึ่งเป็นผลให้พนักงานเกิดจิตสำนึก หรือการปลูกฝังทัศนคติที่ดีต่อองค์กร รู้สึกอยากตอบแทน หรือทุ่มเทการทำงานอย่างต่อเนื่อง โดยการทำงานนั้นประสบผลสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด (เปรมจิตร คล้ายเพชร, 2548)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

สมมติฐานการวิจัย

1. การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน
2. ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยาแตกต่างกัน

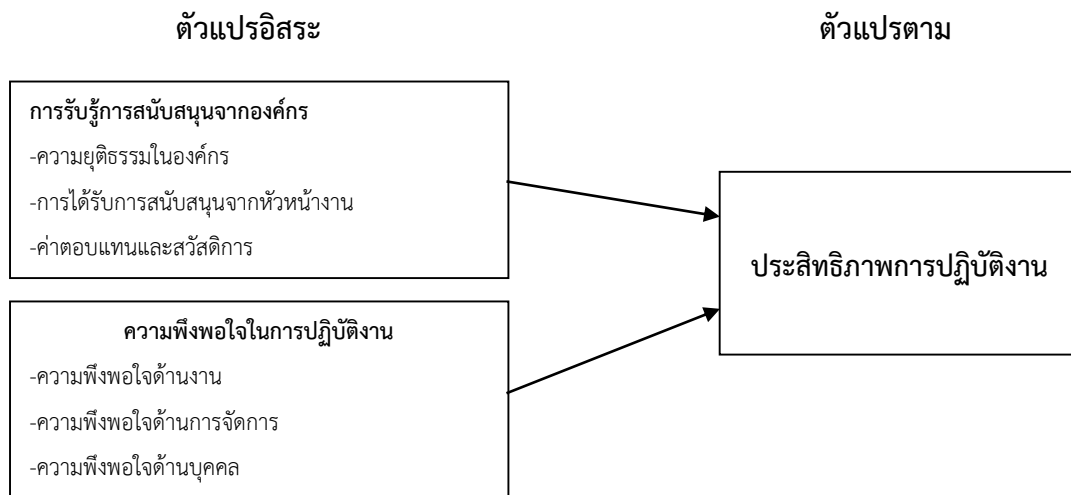
ขอบเขตการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยเบื้องต้นหากพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ได้รับรู้ถึงการสนับสนุนจากองค์กรในด้านต่างๆ จากผู้บริหาร หัวหน้างาน ที่ดีทั้งความยุติธรรมและเงินเดือน ค่าตอบแทนที่หัวหน้างานแสดงออก จัดสรรให้พนักงานทุกคนได้อย่างเท่าเทียมกัน พร้อมด้วยหัวหน้างานสนับสนุนโดยการให้โอกาสในความก้าวหน้าในการทำงานสามารถทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ด้วยความเต็มใจ ไม่รู้สึกถูกเอาเปรียบจากผู้บริหาร หัวหน้างาน และนั่นจะเป็นผลให้การปฏิบัติงานนั้นเกิดประสิทธิภาพอย่างชัดเจนจึงนำไปสู่การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ประกอบด้วย ความยุติธรรมในองค์กร การได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน และค่าตอบแทนและสวัสดิการ

ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย ความพึงพอใจด้านงาน (SW) ความพึงพอใจด้านการจัดการ (SM) และความพึงพอใจด้านบุคคล (SP)

โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยกำหนดปัจจัยดังกล่าวเป็นตัวแปรที่ต้องการศึกษา และนำไปสู่กรอบแนวคิด ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานระดับปฏิบัติการบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 216 คน (วารสารณ์ แสงนวล, 2559 ข้อมูล : สถิติประชากร พนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ เก็บรวบรวมล่าสุดปี 2558 - 2559)

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ คือ พนักงานระดับปฏิบัติการบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา คำนวณโดยใช้สูตรของ Taro Yamane (1970) ที่ความเชื่อมั่นร้อยละ 99 (ค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 1) จำนวน 211 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามมี 5 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา ระดับเงินเดือน และประสบการณ์ทำงาน ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ประกอบด้วย ความยุติธรรมในองค์กร การได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน และค่าตอบแทน ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย ความพึงพอใจด้านงาน ความพึงพอใจด้านการจัดการ และความพึงพอใจด้านบุคคล ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างได้มีโอกาสในการแสดงความคิดเห็นต่างๆ ได้อย่างอิสระ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ด้วยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 และตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วยค่าองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis : CFA) ได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor

Loading) อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 นอกจากนี้ได้ทำการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) อยู่ระหว่าง 0.734 - 0.872 ถือได้ว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงและมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้อย่างเหมาะสม

การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) เพื่ออธิบายข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ในส่วนการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อ การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน และประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ในการพยากรณ์ตัวแปรตามหนึ่งตัวที่ส่งผลมาจากตัวแปรอิสระหลายตัว และใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) เพื่อพยากรณ์ตัวแปรตามหนึ่งตัวที่ส่งผลมาจากตัวแปรอิสระหนึ่งตัว

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 211 คนนั้น ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25 – 35 ปี มีสถานภาพการสมรส โสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ระดับเงินเดือน 10,000 บาท - 20,000 บาท ซึ่งส่วนใหญ่มีประสบการณ์ทำงาน น้อยกว่า 1 ปี

2. การวิเคราะห์การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรของพนักงานระดับปฏิบัติการบริษัทที่โอทีจำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ความยุติธรรมในองค์กร อยู่ในระดับปานกลาง ($\mu = 3.22$, S.D. = 1.03) รองลงมาด้านค่าตอบแทน และสวัสดิการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\mu = 2.92$, S.D. = 0.55) และด้านการได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน อยู่ในระดับปานกลาง ($\mu = 2.77$, S.D. = 0.73) จำแนกรายได้สรุปได้ดังนี้

2.1 ด้านความยุติธรรมในองค์กร ผลจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความยุติธรรมในองค์กร โดยรวมทุกข้ออยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.22 พบว่าพนักงานได้รับโอกาสในการเสนอความคิดเห็น คำแนะนำเกี่ยวกับการปฏิบัติงานจากหัวหน้างาน โดยหัวหน้างานปฏิบัติกับพนักงานด้วยความยุติธรรม เสมอภาคเท่าเทียมกับคนอื่น และพนักงานสามารถสอบถามในข้อสงสัยเกี่ยวกับนโยบายภายในองค์กรได้

2.2 ด้านการได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน ผลจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการสร้างมิตรภาพที่ดี โดยรวมทุกข้ออยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.77 พบว่า หัวหน้างานสนับสนุน ผลักดันให้พนักงานได้รับโอกาสความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานอยู่เสมอ โดยหัวหน้างานจะเกิดความไว้วางใจในงานที่ได้มอบหมายให้ปฏิบัติพร้อมหัวหน้างานช่วยเหลือแนะนำพนักงานเมื่อเกิดปัญหาระหว่างการปฏิบัติงานจนสำเร็จตามเป้าหมาย

2.3 ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ผลจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับค่าตอบแทนและสวัสดิการ โดยรวมทุกข้ออยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 พบว่าหัวหน้างานใส่ใจ ให้ความสำคัญในค่าตอบแทนของพนักงานอย่างเท่าเทียมกันทุกคน โดยมีค่าตอบแทนที่เหมาะสม จูงใจให้พนักงานเกิดความตั้งใจในการปฏิบัติงาน

3. การวิเคราะห์ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพนักงานระดับปฏิบัติการบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยาอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ความพึงพอใจด้านบุคคล ($\mu = 3.18$, S.D. = 0.76) รองลงมาด้านความพึงพอใจด้านการจัดการ ($\mu = 2.99$, S.D. = 1.00) และความพึงพอใจด้านงาน อยู่ในระดับปานกลาง ($\mu = 2.73$, S.D. = 0.78) จำแนกรายได้สรุปได้ดังนี้

3.1 ด้านความพึงพอใจด้านงาน ผลจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านงาน โดยรวมทุกข้ออยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.73 พบว่าพนักงานรู้สึกพึงพอใจกับงานที่ได้ปฏิบัติจากหัวหน้างาน ซึ่งงานได้ปฏิบัติมีความหลากหลาย และเหมาะสมกับตำแหน่งงานและมีความชัดเจนในเนื้อหา หน้าที่การปฏิบัติ และลักษณะของโครงสร้างงาน

3.2 ด้านความพึงพอใจด้านการจัดการ ผลจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านการจัดการ โดยรวมทุกข้ออยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.99 พบว่า เพื่อนร่วมงานให้ความช่วยเหลือ หรือสนับสนุนในการปฏิบัติงาน ประกอบกับสภาพแวดล้อมในองค์กร ทั้ง แสง เสียง ภูมิอากาศอย่างราบรื่นไม่ตึงเครียด และมีอุปกรณ์ เครื่องมือการปฏิบัติงานมีความเหมาะสม เพียงพอ

3.3 ด้านความพึงพอใจด้านบุคคล ผลจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจด้านบุคคล โดยรวมทุกข้ออยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 พบว่าพนักงานมีประสบการณ์ในการปฏิบัติงานซึ่งสามารถนำมาใช้ในการปฏิบัติงานให้กับองค์กรได้อย่างหลากหลาย ซึ่งพนักงานจะรู้สึกพึงพอใจในความรู้ความสามารถของตนเอง

4. ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน โดยรวมทุกข้ออยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.18 พบว่า เมื่อพนักงานได้ปฏิบัติงานตามที่ได้รับมอบหมายจากหัวหน้างาน พนักงานจะวางแผนการปฏิบัติงานทุกครั้งเพื่อประหยัดทรัพยากรภายในองค์กรโดยพนักงานจะนำความรู้ ความสามารถของตนเองมาใช้อย่างเต็มที่ให้สำเร็จทันในระยะเวลาที่กำหนดและเป็นไปตามมาตรฐานตามกฎระเบียบ ข้อบังคับขององค์กรด้วยความถูกต้อง เกิดความน่าเชื่อถือ

5. การทดสอบสมมติฐาน การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตารางที่ 1 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตัวแปร	SW (ด้านงาน)	SM (ด้านการจัดการ)	SP (ด้านบุคคล)	WE (ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน)	VIF	Tolerance
\bar{X}	2.73	2.99	3.18	3.18		
S.D	0.78	1.00	0.76	0.76		
SW (ด้านงาน)	1	0.13	0.01	0.15*	1.03	0.97
SM (ด้านการจัดการ)		1	0.65**	0.56**	1.80	0.56
SP (ด้านบุคคล)			1	0.60**	1.76	0.57

*ระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$, **ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$

จากตารางที่ 1 พบว่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการปฏิบัติงานประกอบด้วย ความพึงพอใจด้านงาน (SW) ความพึงพอใจด้านการจัดการ (SM) และความพึงพอใจด้านบุคคล (SP) และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ด้านการจัดการ มีค่าอยู่ระหว่าง 0.15 – 0.65 ซึ่งมีค่าไม่เกิน 0.80 พิจารณาร่วมกับค่า VIF พบว่าค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.03 – 1.80 แสดงว่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity จึงสามารถนำไปทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ได้

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน		t	P - value
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน		
	การถดถอย	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	0.389	0.327	1.188	0.024*
1. ความยุติธรรมในองค์กร	0.352	0.042	8.469	0.000***
2. การได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน	0.128	0.059	2.169	0.031*
3. ค่าตอบแทนและสวัสดิการ	0.445	0.079	5.617	0.000***
R = 0.61	R Square = 0.49	Adjusted R ² = 0.49	SEE = 0.53	

*ระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$, **ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$, ***ระดับนัยสำคัญ $p < 0.001$

จากตารางที่ 2 พบว่า แสดงผลการวิเคราะห์การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ประกอบด้วย ความยุติธรรมในองค์กร การได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน และค่าตอบแทนและสวัสดิการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถพิจารณาจากค่า R Square เท่ากับ 0.49 แสดงว่าตัวแปรอิสระร่วมกัน อธิบายได้ร้อยละ 49.00 และพิจารณาในด้านต่างๆ พบว่า

ด้านความยุติธรรมในองค์กร ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ($P = 0.000$, $p < 0.001$)

ด้านการได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ($P = 0.031$, $p < 0.05$)

ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ($P = 0.000$, $p < 0.001$)

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตัวแปร	OJ (ความยุติธรรม ใน องค์กร)	FS (การได้รับการ สนับสนุน จากหัวหน้า งาน)	C (ค่าตอบแทน และ สวัสดิการ)	WE (ประสิทธิภาพ การปฏิบัติงาน)	VIF	Tolerance
\bar{X}	3.22	2.77	2.92	3.18		
S.D	1.03	0.73	0.55	0.76		
OJ (ความยุติธรรม ในองค์กร)		0.10	0.18**	0.52**	1.04	0.96
FS (การได้รับการ สนับสนุนจาก หัวหน้างาน)			0.20**	0.10	1.05	0.96
C (ค่าตอบแทนและ สวัสดิการ)				0.38**	1.07	0.94

*ระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$, **ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน		t	P - value
	สัมประสิทธิ์การถดถอย	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ (a)	1.058	0.211	5.023	0.000***
1. ความพึงพอใจด้านงาน	0.110	0.052	2.092	0.038*
2. ความพึงพอใจด้านการจัดการ	0.205	0.054	3.766	0.000***
3. ความพึงพอใจด้านบุคคล	0.361	0.060	5.993	0.000***
R = 0.64		R Square = 0.52	Adjusted R ² = 0.52	SEE = 0.59

*ระดับนัยสำคัญ $p < 0.05$, **ระดับนัยสำคัญ $p < 0.01$, ***ระดับนัยสำคัญ $p < 0.001$

จากตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย ความพึงพอใจด้านงาน ความพึงพอใจด้านการจัดการ และความพึงพอใจด้านการจัดการ มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถพิจารณาจากค่า R Square เท่ากับ 0.52 แสดงว่าตัวแปรอิสระร่วมกันอธิบายได้ร้อยละ 52.00 และพิจารณาในด้านต่างๆ พบว่า

ความพึงพอใจด้านงานส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ($P = 0.000, p < 0.001$)

ความพึงพอใจด้านการจัดการ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ($P = 0.038, p < 0.05$)

ความพึงพอใจด้านการจัดการ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.001 ($P = 0.000, p < 0.001$)

อภิปรายผลการวิจัย

1. ความยุติธรรมในองค์กรส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ความยุติธรรมในองค์กรส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจากหัวหน้างานบริษัท ทีโอที จำกัด มหาชนปฏิบัติงานร่วมกับลูกน้องด้วยความยุติธรรม เสมอภาค เท่าเทียมกันทุกคน พร้อมทั้งหัวหน้างานเปิดโอกาสให้พนักงานได้แสดงความคิดเห็น แนะนำต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานได้เป็นผลให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยพนักงานนำได้นำข้อเสนอแนะในส่วนร่วมที่สอดคล้องและเป็นประโยชน์ต่อเป้าหมายมาใช้ในการปฏิบัติงาน

ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พณีพรรณ วงศ์เป็ง (2553) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร : กรณีศึกษาโรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่ง ซึ่งผลการวิจัยพบว่า พนักงานโรงพยาบาลเอกชนมีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ในด้านความยุติธรรมในองค์กร โดยพนักงานได้รับความยุติธรรมระหว่างการปฏิบัติงานจากหัวหน้างานอย่างเท่าเทียมกันทุกคนในเรื่องของการมอบหมายงาน การช่วยเหลือ ซึ่งส่งผลในทางบวกต่อการปฏิบัติงานของพยาบาลให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน ส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า การได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างาน ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจาก หัวหน้างานบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) สนับสนุนให้พนักงานได้รับโอกาสในความก้าวหน้าของการปฏิบัติงานอยู่เสมอด้วยความไว้วางใจทั้งการมอบหมายงาน การตรวจสอบการปฏิบัติงาน ซึ่งระหว่างการปฏิบัติงานหัวหน้างานจะให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำต่างๆ เมื่อพนักงานเกิดปัญหาระหว่างการปฏิบัติงานจนสำเร็จตามเป้าหมายควบคู่กับหัวหน้างานจะเลื่อนตำแหน่ง ปรับเงินเดือนให้พนักงานทุกคนอย่างเหมาะสมและเป็นกลางทำให้พนักงานเกิดความสุขในการปฏิบัติงานส่งผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพสูงสุด เมื่อมีการสุ่มตรวจสอบผลการปฏิบัติงานจากหัวหน้างานจะพบว่าผลการปฏิบัติงานนั้นไม่เกิดข้อผิดพลาดและเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เปรมจิตร คล้ายเพชร (2548) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความยุติธรรมองค์กรที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรและความตั้งใจลาออก ซึ่งผลวิจัยพบว่า การรับรู้การสนับสนุนจากหัวหน้างานที่ดีทำให้พนักงานเกิดความผูกพันต่อองค์กรและพร้อมปฏิบัติงานให้แก่องค์กรด้วยความเต็มใจทำให้การปฏิบัติงานทุกครั้งเกิดประสิทธิภาพโดยหัวหน้างานพร้อมให้คำแนะนำ ปรีกษาแก่พนักงานที่เกิดปัญหาระหว่างการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี

3. ค่าตอบแทนและสวัสดิการ ส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ค่าตอบแทนและสวัสดิการ ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจาก หัวหน้างานบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) จะใส่ใจ และให้ความสำคัญในเรื่องของค่าตอบแทนของพนักงานทุกตำแหน่งอย่างเท่าเทียม และเหมาะสมตามนโยบายขององค์กร ซึ่งเงินเดือน ค่าตอบแทนจะต้องเพียงพอต่อการดำรงชีวิตได้ในสังคม ค่าตอบแทนที่ตุนั้นสามารถจูงใจให้พนักงานตั้งใจและยินดีปฏิบัติงานให้แก่องค์กรได้อย่างยั่งยืนโดยพนักงานที่ได้รับผลตอบแทนที่เพิ่มสูงขึ้นเมื่อตนได้ปฏิบัติงานให้กับองค์กรอย่างเต็มความสามารถจะกระตุ้นให้พนักงานรู้สึกพอใจและมุ่งมั่นปฏิบัติงานร่วมกับองค์กรได้อย่างเต็มที่ที่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดโดยไม่คำนึงถึงความเสียเปรียบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภาพร ศาลารมย์ (2549) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์

ระหว่างเจตคติในการทำงาน คุณภาพชีวิตในการทำงานและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชี บริษัทในเขตภาคเหนือตอนล่างซึ่งผลการวิจัย พบว่า ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชี โดยนักบัญชีได้รับเงินเดือน ค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับตำแหน่งตนเอง

4. ความพึงพอใจด้านงานส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจด้านงานส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจาก พนักงานได้รับมอบหมายงานจากหัวหน้างานอย่างชัดเจน ระบุรายละเอียดการปฏิบัติงานต่างๆ ได้อย่างชัดเจน และงานที่พนักงานได้ปฏิบัตินั้นมีความหลากหลายเหมาะสมกับตำแหน่งงานของตนเองทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกพอใจต่อการปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายอยู่เสมอโดยพนักงานจะสามารถปฏิบัติงานได้ตรงประเด็น ไม่เกิดความสงสัยกับคำสั่งที่ได้รับจากหัวหน้างานได้สำเร็จและถูกต้องอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะฉัตร ฉ่ำชื่น (2547) ศึกษางานวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ห่อภิมานงานวิจัยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในงานของพยาบาลซึ่งผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการทำงานของพยาบาล ด้านงาน มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพยาบาลและส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เนื่องจากพนักงานมีความพึงพอใจต่องานที่ได้รับมอบหมายจากหัวหน้างาน โดยงานนั้นมีความชัดเจนสะดวกต่อการปฏิบัติงานจึงเป็นผลให้พยาบาลทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพตามลำดับซึ่งการปฏิบัติงานของพยาบาลมีความถูกต้อง น่าเชื่อถือต่อผู้ป่วย และสามารถสร้างความไว้วางใจต่อหัวหน้าการปฏิบัติงานภายในโรงพยาบาล

5. ความพึงพอใจด้านการจัดการส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจด้านการจัดการส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจาก การปฏิบัติงานภายในบริษัท ทีโอที จำกัด มหาชนของพนักงานทุกระดับงานมีอุปกรณ์ เครื่องมือการปฏิบัติงานมีความเหมาะสม ประกอบกับสภาพแวดล้อมในองค์กรมีแสงสว่างเพียงพอ ไม่เสียงดังรบกวนพนักงานระหว่างการปฏิบัติงาน ทำให้พนักงานรู้สึกปลอดภัยเมื่อได้ปฏิบัติงานในองค์กร ไม่ตึงเครียดโดยมีเพื่อนร่วมงานให้ความช่วยเหลือระหว่างการปฏิบัติงานเสมอโดยพนักงานปฏิบัติงานในองค์กรได้อย่างราบรื่น ไม่เกิดความรู้สึกอึดอัด กังวลต่อการปฏิบัติงานเป็นผลให้สามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จตามเป้าหมายอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะฉัตร ฉ่ำชื่น (2547) ศึกษางานวิจัยเรื่องการวิเคราะห์ห่อภิมานงานวิจัยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในงานของพยาบาลซึ่งผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการทำงานของพยาบาล ด้านการจัดการมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพยาบาลและส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เนื่องจากบรรยากาศการทำงานที่สะดวกสบายด้วยแสงสว่างที่เพียงพอ ไม่มีเสียงรบกวนระหว่างการปฏิบัติงาน พร้อมด้วยอุปกรณ์ในการ

ปฏิบัติงานสามารถอำนวยความสะดวก ไม่เกิดปัญหา ทำให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่นและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

6. ความพึงพอใจด้านบุคคลส่งผลทางบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจด้านบุคคลส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เนื่องจาก พนักงานปฏิบัติงานภายในบริษัททีโอที จำกัด (มหาชน) อย่างเต็มความสามารถโดยพนักงานจะเกิดความพอใจในความรู้ความสามารถของตนเองและจะนำความรู้ ทักษะของตนเองมาใช้ในการปฏิบัติงานได้อย่างหลากหลายให้เกิดประโยชน์สูงสุดซึ่งผลการปฏิบัติงานนั้นถูกต้อง ชัดเจนต่อเป้าหมายที่องค์กรกำหนดโดยพนักงานจะเกิดความรู้ภูมิใจในตนเองที่ได้นำความรู้ ทักษะความสามารถของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปิยะฉัตร ฉ่ำชื่น (2547) ศึกษางานวิจัยเรื่องการวิเคราะห์อภิมานงานวิจัยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในงานของพยาบาลซึ่งผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการทำงานของพยาบาล ด้านบุคคลมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับพยาบาลและส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เนื่องจาก พนักงานทุกคนเกิดความรู้สึกรู้สึกพอใจต่อความรู้ความสามารถของตนเองโดยจะนำทักษะของตนเองมาใช้อย่างเต็มที่เพื่อการปฏิบัติงานที่ถูกต้อง นำเชื่อถือต่อผู้ป่วย และสามารถสร้างความไว้วางใจต่อหัวหน้าการปฏิบัติงานภายในโรงพยาบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. จากผลการวิจัย พบว่า ความยุติธรรมในองค์กร หัวหน้างานควรสอบถาม เอาใจใส่การปฏิบัติงานของพนักงาน ลูกน้องมากยิ่งขึ้น เพื่อการตรวจสอบปัญหาและสามารถแก้ไขปัญหาระหว่างการปฏิบัติงานได้สำเร็จทันเวลากำหนด

2. จากผลการวิจัย พบว่า การได้รับการสนับสนุนจากหัวหน้างานนั้น หัวหน้างานแสดงความชัดเจนเกี่ยวกับเงื่อนไขการปรับเงินเดือน เลื่อนตำแหน่งที่เป็นมาตรฐานให้พนักงานทุกคนได้รับรู้ทุกส่วนงานมากยิ่งขึ้น

3. จากผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจด้านงานนั้น หัวหน้างานแสดงความชัดเจนของการมอบหมายงานให้มีความชัดเจนทั้งเนื้อหา โครงสร้างงานมากยิ่งขึ้นเพื่อความสะดวก ราบรื่นในการปฏิบัติงานและเกิดความสับสนน้อยที่สุด

4. จากผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจด้านการจัดการ ซึ่งหัวหน้างานควรส่งเสริมสนับสนุนความปลอดภัยการปฏิบัติงานของพนักงานทั้งเครื่องมือ อุปกรณ์ให้พร้อมใช้งานอยู่เสมอและปรับภูมิทัศน์ในองค์กรให้เอื้ออำนวยอยู่เสมอ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรหรือหน่วยงาน กับความพึงพอใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในหน่วยงานอื่นๆ ด้วย เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการปฏิบัติงาน

บรรณานุกรม

- จำนง สมประสงค์. (2518). **การเป็นผู้บังคับบัญชาที่ดีในราชการและธุรกิจ**. งานแปลของสำนักงานคณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ อันดับที่ 35. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภา.
- ติน ปรัชญพฤทธิ. (2536). **ทฤษฎีองค์การ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนกร กรวัชรเจริญ. (2555). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานเป็นที่มาของพนักงาน บริษัท ควอลิตี้เฮาส์ จำกัด (มหาชน)**. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ธานินทร์ สุทธิบุญช. (2543). **ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน :ศึกษาเฉพาะกรณีฝ่ายการพนักงานบริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน)**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- นิติพล ภูตะโชติ. (2557). **พฤติกรรมองค์การ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บริษัท ทีโอที จำกัด (มหาชน). (มปป.). **เกี่ยวกับทีโอที**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก: <http://www.tot.co.th/Corporate/Plan.aspx?id=DEEE0BF947034E88BCB1DB23E90F5209>, 12 กันยายน 2559.
- ประภาพร ศาลารมย์. (2549). **ความสัมพันธ์ระหว่างเจตคติในการทำงาน คุณภาพชีวิตในการทำงานและประสิทธิภาพการทำงานของนักบัญชีบริษัทในเขตภาคเหนือตอนล่าง**. วิทยานิพนธ์ปริญญาบัญชีมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2548). **จิตวิทยาอุตสาหกรรม**. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมกรุงเทพฯ.
- ปิยะฉัตร ฉ่ำชื่น. (2547). **การวิเคราะห์อภิมานงานวิจัยปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในงานของพยาบาล**. วิทยานิพนธ์ พย.ม. (การบริหารการพยาบาล). กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เปรมจิตร์ คล้ายเพชร. (2548). **การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร ความยุติธรรมองค์การที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรและความตั้งใจลาออก**. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พงษ์จันทร์ ภูษาพานิชย์. (2547). **จิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ**. เชียงใหม่ : ภาควิชาจิตวิทยา คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- พณีพรรณ วงศ์เป็ง. (2553). การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรกับความผูกพันต่อองค์กร กรณีศึกษา
โรงพยาบาลเอกชนแห่งหนึ่ง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการจัดการทั่วไป,
มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รัชณี ตริสุทธิวงษา. (2552). ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงาน ความจงรักภักดีต่อ
องค์กร และประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. วิทยานิพนธ์
ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วรรณพร ลิ้มหาชีวะ. (มปป.). “ทีไอที ปรับกลยุทธ์บริการทุกระดับ”. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก:
http://acnews.net/detailnews.php?news_id=N255603098, 9 กันยายน 2559.
- สุจรรยา ขาวสกุล. (2549). ความต้องการการเสริมสร้างพลังอำนาจเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ
การทำงานของครูในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาบุรีรัมย์ เขต 2. วิทยานิพนธ์ปริญญา
ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- อภิชัย จตุพรวาที. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครคุม
ประพฤติ. วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัย
มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- Rhoades, Linda and Robert Eisenberger. (2002). “Perceived Organizational Support:A
Review of the Literature” *Journal of Applied Psychology*. 87(4), 698-714.

การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ของกลุ่ม Gen X และ Gen Y ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์

Technology Acceptance and Online Consumer Behavior of Gen X and Gen Y Influencing Purchase Intention for Online Agricultural Product

ณิชานา ใจชื่อ¹ รุจีภาส โพธิ์ทองแสงอรุณ²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ว่ายางานง่าย การรับรู้ว่ามีประโยชน์ของเทคโนโลยี กับทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ 2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยความตั้งใจต่อการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานจริงเกษตรผ่านช่องทางออนไลน์ และ 3) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย และด้านกระบวนการ ผ่านสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ของกลุ่มผู้บริโภค ของกลุ่มผู้บริโภค เจเนอเรชั่นเอ็กซ์และวาย กลุ่มตัวอย่าง คือผู้บริโภคออนไลน์ เจเนอเรชั่นเอ็กซ์ (เกิดช่วงปี พ.ศ. 2508-2523) จำนวน 195 คน เจเนอเรชั่นวาย (เกิดช่วงปี พ.ศ. 2524-2543) จำนวน 205 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยวิธีการวิเคราะห์รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและอิทธิพลด้วยการถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่า

1. การรับรู้ว่ายางานง่าย การรับรู้ว่ามีประโยชน์ของเทคโนโลยี กับทัศนคติ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ ของกลุ่มผู้บริโภค เจเนอเรชั่นเอ็กซ์และวาย
2. ความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ของกลุ่มผู้บริโภค เจเนอเรชั่นเอ็กซ์และวาย ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และทัศนคติ
3. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านส่งเสริมการขายมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ ในขณะที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ของกลุ่มผู้บริโภคเจเนอเรชั่นเอ็กซ์ซึ่งแตกต่างจากกลุ่มผู้บริโภค เจเนอเรชั่นวายที่ได้รับ

¹ นักศึกษาระดับปริญญาโทบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

E-mail: pugpeg@hotmail.com

² (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.) อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ E-mail: rujipas.po@hotmail.com

อิทธิพลจาก ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการขาย ต่อการตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์

คำสำคัญ : การยอมรับเทคโนโลยี, ทัศนคติ, ส่วนประสมทางการตลาด, ความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์

Abstract

The research purpose were to 1) Studies The relations of easy use perceived; technology benefits perceived with the attitude influencing purchase intention for online agricultural product, 2) to analysis the influence of purchase intention factors on technology acceptance, and 3) to analysis the marketing mix in terms of products, prices, sales promotions, and online social processes affecting purchase Intention for online agricultural product of Gen-X and Gen-Y consumer. The sample was the generation X (Born 1965-1980) online consumer 195 people and the generation Y (Born 1981-2000) online consumer 205 people. The research instrument was the online questionnaire. The data analysis by quantitative research methods. The data analysis with causal and influenced relationship model analysis by multiple regression.

The studies found that;

1. The easy use perceived, technology benefits perceived there was a positive relation to the purchase intention for online agricultural product of Gen-X and Gen-Y consumer.

2. The purchase intention for online agricultural product of Gen-X and Gen-Y consumer influenced by technology acceptance factors and attitude.

3. The marketing mix in terms of prices, sales promotions influencing purchase intention for online agricultural product. As while the marketing mix in terms of products and online social processes non-influencing purchase intention for online agricultural product of Gen-X consumer. Which is different from Gen-Y consumers the marketing mix in terms of products, prices, sales promotions influencing purchase intention for online agricultural product

Keywords: Technology Acceptance, Attitude, Marketing Mix, Online Purchase Intention

บทนำ

ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้นตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นมา ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสื่อสารและผู้บริโภค เริ่มมีช่องทางการเข้าถึงสินค้าและบริการบนอินเทอร์เน็ต (Internet) มากขึ้น และผู้ประกอบการหลายคนเริ่มขยายธุรกิจจากหน้าร้านเข้าสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ธุรกิจในยุคปัจจุบันต้องเผชิญสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากยิ่งขึ้น เจ้าของธุรกิจ ต่างหากกลยุทธ์เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ค้าในหลายรูปแบบ เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขาย วิกฤตการณ์ทางเทคโนโลยี (Digital Disruption) ถือเป็นความท้าทายครั้งยิ่งใหญ่ของทุกภาคธุรกิจและอุตสาหกรรมที่ต้องรับมือกับการเปลี่ยนแปลงโดยมีดิจิทัลเทคโนโลยี นวัตกรรม และบิ๊กเดต้า (Big data) เป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญ ธุรกิจใดไม่ปรับตัวก็มีโอกาสสูญหายตามการเวลา ปัจจุบันคนไทยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร อยู่ประมาณ 11.2 ล้านคน จนกลายเป็นอาชีพหลักของประเทศ หากมองภาพเชื่อมโยงกับ Digital Disruption พบว่าเกษตรกรเริ่มมีการปรับตัวเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะเกษตรกรรุ่นใหม่ มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาช่วยในการทำงาน ที่เรียกว่า “Smart Farmer” แต่เมื่อเทียบอัตราส่วนทั้งหมดของการเข้าถึงเทคโนโลยี พบว่า ยังมีจำนวนน้อยอยู่ โดยเกษตรกรส่วนใหญ่ยังคงทำงานรูปแบบเดิมๆ ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรม (Marketing Oops, 2018)

จากการรายงานตัวเลขของการส่งสินค้าเกษตรผ่านระบบออนไลน์ระดับประเทศในกลุ่มสินค้าเกษตรอินทรีย์ ต้องยอมรับว่าตลาดโลกนั้นมีความต้องการสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยและมีคุณภาพเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคให้ความใส่ใจเรื่องของสุขภาพและคุณภาพของอาหารที่จะเข้าสู่ร่างกาย และมูลค่าการซื้อขายสินค้าเกษตรอินทรีย์ในตลาดโลกนั้น มีมูลค่า 3 ล้านล้านบาท ขณะที่ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์ในประเทศไทยมีมูลค่า 2,700 ล้านบาท แบ่งเป็นการทำตลาดในประเทศร้อยละ 30 มูลค่า 800 ล้านบาท โดยมูลค่าตลาดเกษตรอินทรีย์เติบโตต่อเนื่องมากกว่า 3 ปี นับจากปี 2557 ซึ่งมูลค่าการซื้อภายในประเทศ 500 ล้านบาท ขยายตัวเฉลี่ยปีละร้อยละ 20 ทุกปี ขณะที่ตลาดต่างประเทศร้อยละ 70 มูลค่า 1,900 ล้านบาท ช่องทางการทำตลาดในต่างประเทศก็ยิ่งเพิ่มขึ้นและมีโอกาสอีกมากสำหรับเกษตรกรไทยและผู้ประกอบการไทยที่ต้องการส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ โดยในอีก 5 ปีข้างหน้าหลังจากดำเนินการตามยุทธศาสตร์เกษตรอินทรีย์แล้ว ทั้งสองหน่วยงานวางเป้าหมายว่าจะปรับสัดส่วนการทำตลาดในประเทศเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 30 เป็น 40 และลดสัดส่วนตลาดต่างประเทศจากร้อยละ 70 เหลือ 60 โดยกำหนดให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งส่งเสริมการพัฒนาสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ตลอดจนขยายช่องทางในการทำตลาดเชื่อมโยงผู้ซื้อ ผู้ขาย เข้าถึงกันให้มากขึ้น (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 2560)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้ได้ผสมผสานระหว่างทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยีและกลยุทธ์ทางการตลาด (4P) ตรวจสอบพฤติกรรมของกลุ่ม Gen X และ Gen Y ในกิจกรรมการตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผน ปรับปรุงพัฒนาการซื้อผ่านระบบออนไลน์ และวางแผนกลยุทธ์

ทางการตลาดตอบสนองความต้องการของแต่ละ Gen ให้ตรงเป้าหมายของพฤติกรรมของยุคออนไลน์ในปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม รวมถึงเพื่อเป็นทางเลือกใหม่ที่ดีของผู้ค้าเกษตรกรของไทยที่มีความสนใจในการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรผ่านทางช่องทางออนไลน์ นอกจากนี้ผู้ประกอบการหรือบริษัทพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ให้บริการ หรือผู้ที่สนใจ สามารถนำข้อมูลจากการวิจัยในครั้งนี้ไปประยุกต์ใช้ในการสร้างกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจบริการด้านการขายสินค้าเกษตรออนไลน์ ให้มีความเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการมากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ว่ายาง่าย การรับรู้ว่ามีประโยชน์ของเทคโนโลยีกับทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ ของกลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชั่นเอ็กซ์และวาย
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยความตั้งใจซื้อต่อการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้งานจริงเกษตรกรผ่านช่องทางออนไลน์ ของกลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชั่นเอ็กซ์และวาย
3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการขาย และกระบวนการ ผ่านสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ของกลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชั่นเอ็กซ์และวาย

สมมติฐานการวิจัย

- สมมติฐาน 1 (H1): การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ว่ายาง่ายต่อการใช้งาน มีความสัมพันธ์กับด้านการรับรู้ว่ามีประโยชน์
- สมมติฐาน 2 (H2): การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ว่ามีประโยชน์ มีความสัมพันธ์กับด้านทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์
- สมมติฐาน 3 (H3): การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ว่ายาง่ายต่อการใช้งาน มีความสัมพันธ์กับด้านทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์
- สมมติฐาน 4 (H4): การยอมรับเทคโนโลยี ด้านทัศนคติต่อการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์
- สมมติฐาน 5 (H5): ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์
- สมมติฐาน 6 (H6): ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์

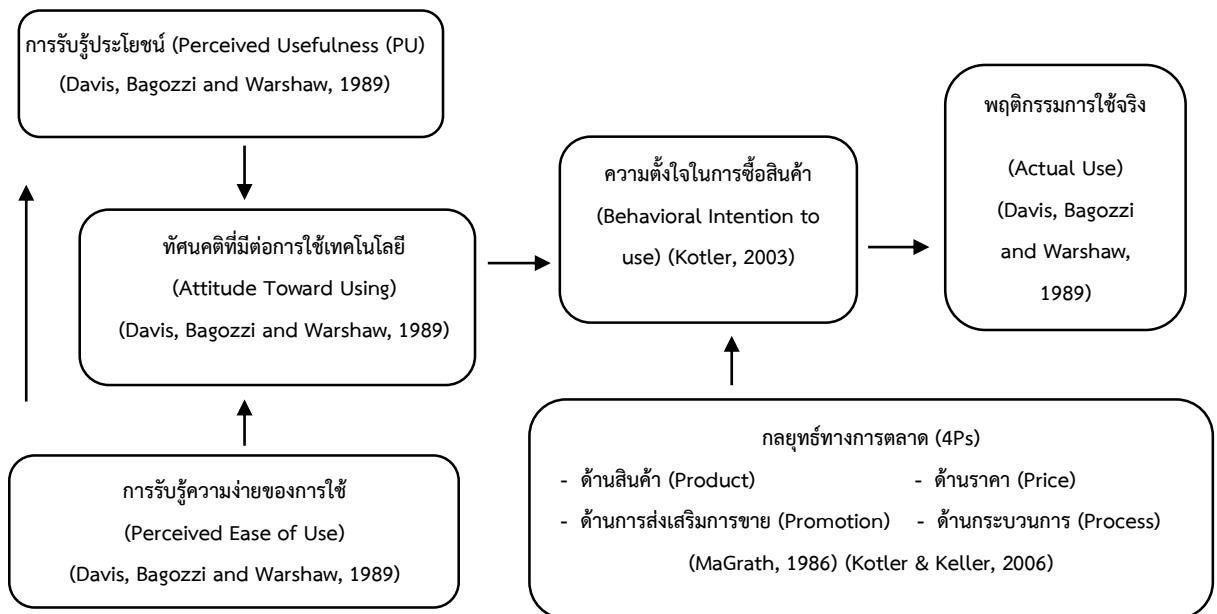
สมมติฐาน 7 (H7): ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์

สมมติฐาน 8 (H8): ส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์

สมมติฐาน 9 (H9): การยอมรับเทคโนโลยี ความตั้งใจซื้อมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้จริงในการซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ได้นำแบบจำลองของ TAM มาประยุกต์ใช้เพื่อเป็นต้นแบบในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี ดังนั้นการรับรู้ความง่ายของการใช้ (Perceived Ease of Use) ส่งผลในด้านการรับรู้ที่มีประโยชน์(Perceived Usefulness) และการรับรู้ที่มีประโยชน์(Perceived Usefulness) การรับรู้ความง่ายของการใช้ (Perceived Ease of Use) ส่งผลต่อเนื่องในด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้เทคโนโลยี (Attitude Toward Using) และส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ส่งผลต่อความตั้งใจในการซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ (Behavioral Intention of Use) และความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จริง ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

วิธีดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยนี้กำหนดประชากร คือ ผู้บริโภคออนไลน์ ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรสัญชาติไทย อายุตั้งแต่ 19-54 ปี โดยแบ่งประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ Generation X (เกิดช่วงปี พ.ศ. 2508-2523), Generation Y (เกิดช่วงปี พ.ศ.2524-2543) (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2561)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือกลุ่มผู้บริโภคออนไลน์ที่มีประสบการณ์ในการซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้เกณฑ์จำนวนตัวแปรที่ศึกษาของ Hair, Black, Babin and Anderson (2010, pp.100-102) คือ อัตราส่วนระหว่างกลุ่มตัวอย่างต่อจำนวนพารามิเตอร์หรือตัวแปรเพื่อให้มีความเหมาะสมในการวัดควรเป็นอย่างน้อย 20 ตัวอย่างต่อ 1 ตัวแปร งานวิจัยฉบับนี้มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 40 ตัวแปร โดยมีความผิดพลาดไม่เกิน 0.05 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ซื้อสินค้าเกษตรผ่านช่องทางออนไลน์ เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ กับกลุ่มผู้ที่เคยซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ โดยการแจกแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด และนำไปวิเคราะห์หาความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามรายข้อ โดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้ค่าความเชื่อถือได้อยู่ระหว่าง 0.803 – 0.899 (ค่าตอบมีความสอดคล้องกันมาก) และวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ที่ละตัวมีค่าไม่เกิน 0.8 แสดงว่าปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงเชิงพหุ multicollinearity (ยูทช ไกยวรรณ์, 2556) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้อยู่ระหว่าง 0.101-0.732

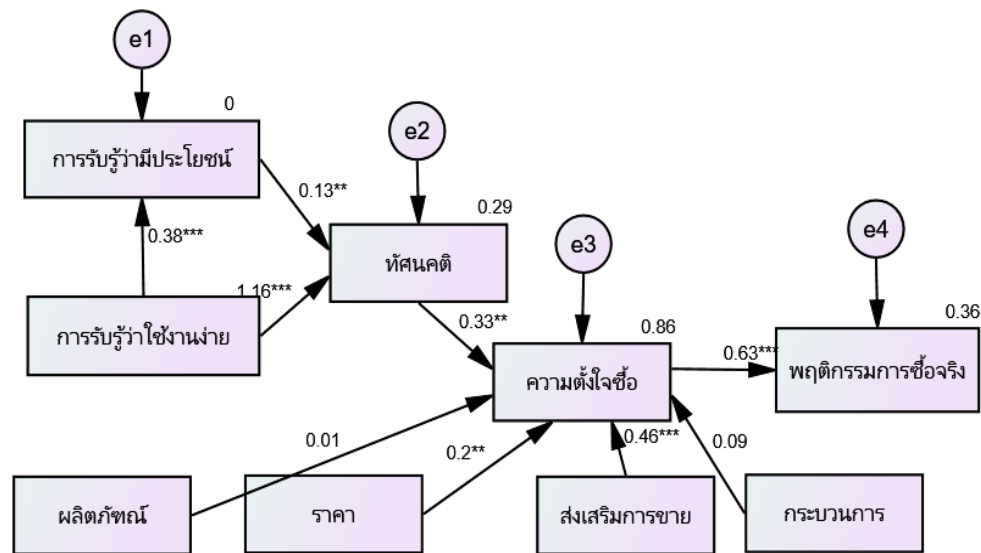
การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านออนไลน์ จำนวน 400 ชุด และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 52 โดยช่วงอายุ 19 - 38 ปี (Gen Y) มีจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.3 และช่วงอายุ 39 - 54 ปี (Gen X) จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.7 ระดับชั้นปริญญาตรี จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.3 ประกอบอาชีพ เจ้าของธุรกิจ อาชีพอิสระ จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองมาเป็นอาชีพพนักงานเอกชน จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รายได้จะอยู่ที่ 15001 – 25000 บาท จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27

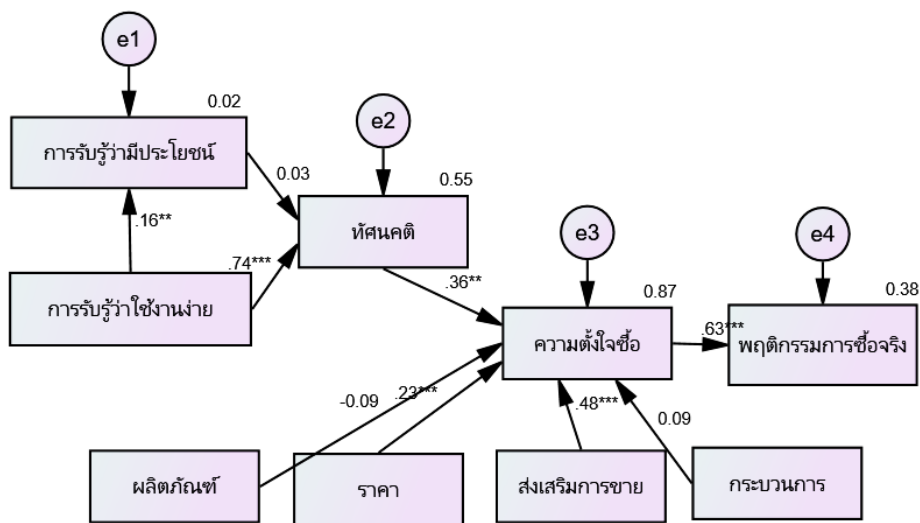
การรู้จักสินค้าเกษตรออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ รับรู้จากครอบครัว 122 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 เวลาเฉลี่ยในการใช้งานซื้อสินค้าเกษตรผ่านทางออนไลน์ ใช้งาน 1 – 3 ชั่วโมง จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.8 ความถี่ในการซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ 2 – 3 ครั้ง จำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34 ราคาในการซื้อสินค้าเกษตรผ่านทางออนไลน์ ราคามากกว่า 900 บาท จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 ซื้อสินค้าเกษตรผ่านทางช่องทาง Facebook จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 สถานที่ที่ซื้อสินค้าเกษตรผ่านทางออนไลน์ที่บ้าน จำนวน 252 คน คิดเป็นร้อยละ 63 ช่วงเวลาในการเข้าไปซื้อสินค้าผ่านเกษตรผ่านทางออนไลน์ ในช่วงเวลา 16.01 – 20.00 น. จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าเกษตรแปรรูป เครื่องดื่มน้ำผัก ผลไม้ จำนวน 104 คิดเป็นร้อยละ 21.4 ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าเกษตรอินทรีย์ ผลไม้แอมกานิก จำนวน 76 คิดเป็นร้อยละ 24.4

การทดสอบแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM Model) ของ กลุ่ม Gen X,Y พบว่า มีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 1.767$, p -value=.106, GFI=.995, CFI=.999, RMR=.006) ค่าอัตราส่วนของไค-สแควร์กับ degree of freedom (χ^2 / df) มีค่าเท่ากับ 1.767 เป็นค่าที่ยอมรับได้ว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่กำหนดว่า χ^2 ต้องมีค่า มากกว่า .05 และค่าดัชนี GFI ควรจะมีค่ามากกว่า .95, CFI ควรจะมีค่ามากกว่า .97 และค่า RMR ควรจะมีค่าน้อยกว่า .05 โมเดลมาตรฐานจึงมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ (ยุทธ ไกยวรรณ, 2556)



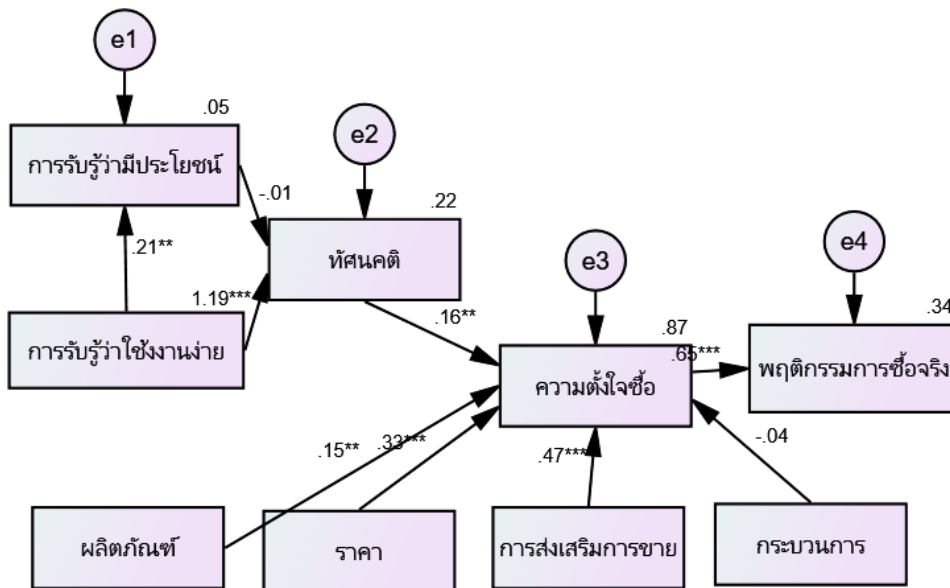
**Chi-square = 8.833, Chi-square5 = 1.767, df = 5, p = .116, GFI = .995
CFI = .999, RMR = .006, RMSEA = .044, MFI = .998**

ภาพที่ 2 แบบจำลองข้อมูลเชิงประจักษ์กลุ่ม Gen X , Y



Chi-square = 9.784, Chi-square\df = 1.398,df = 7, p = .201, GFI = .989
CFI = .999, RMR = .010, RMSEA = .045, MFI = .995

ภาพที่ 3 แบบจำลองข้อมูลเชิงประจักษ์กลุ่ม Gen X



Chi-square = 14.756, Chi-square\df = 2.459,df = 6, p = .022, GFI = .984
CFI = .996, RMR = .008, RMSEA = .085, MFI = .993

ภาพที่ 4 แบบจำลองข้อมูลเชิงประจักษ์กลุ่ม Gen Y

จากแบบจำลองข้อมูลเชิงประจักษ์กลุ่ม Gen X , Y (ภาพที่2) พบว่า

1. การรับรู้ว่าใช้งานง่าย การรับรู้ว่ามีประโยชน์ของเทคโนโลยี กับทัศนคติ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ ของกลุ่มผู้บริโภคเจนเอเรชั่นเอ็กซ์และวาย

2) ความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ของผู้บริโภค ของกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และวาย ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี

3) ส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านส่งเสริมการขายมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ ในขณะที่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านกระบวนการ ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ของกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ (ภาพที่ 3)

4) ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการขาย มีอิทธิพลต่อการตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ในขณะที่ด้านกระบวนการ ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ของกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นวาย (ภาพที่ 4)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ สมมติฐานข้อที่ 1 – สมมติฐานข้อที่ 4 พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีของ กลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และวาย ด้านการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งานที่มีผลต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ ทักษะคิดต่อการใช้งานและพฤติกรรมความตั้งใจ และการรับรู้ว่ามีประโยชน์ที่มีผลต่อทัศนคติต่อการใช้และพฤติกรรมความตั้งใจ โดยผลการศึกษาค้นคว้าพบว่ามีผลสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ วนิตา ตะนุรักษ์ และคณะ (2560) จากการศึกษา พบว่า การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งานมีอิทธิพลต่อการรับรู้ว่ามีประโยชน์ ทักษะคิดต่อการใช้งาน ความตั้งใจ และการรับรู้ว่ามีประโยชน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยีของ พนักงานอุตสาหกรรม การค้าส่งและค้าปลีกไทย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ กรณษา แสนละเอียด และคณะ (2560) จากการศึกษา พบว่า การยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ความง่าย และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้ มีผลต่อแนวโน้มความตั้งใจในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในเขตกรุงเทพมหานคร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ที่แสดงให้เห็นถึงความเชื่อของทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้เกิดการตั้งใจและพฤติกรรมที่จะใช้ระบบสารสนเทศ การรับรู้ถึงผลประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยีและการรับรู้การใช้งานง่ายของเทคโนโลยีโดยไม่ต้องใช้ความพยายามซึ่งเป็นความเชื่อที่จะนำไปสู่การใช้ระบบ (Davis, 1989)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 สมมติฐานข้อที่ 9 พบว่าความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์สัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้งานจริง โดยความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และวาย ได้รับอิทธิพลจากปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และทัศนคติ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปุณยภา ด่าน และคณะ (2561) จากการศึกษา พบว่าการรับรู้ความง่ายต่อการใช้เทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน นำไปสู่พฤติกรรมการใช้จริงผ่านแอปพลิเคชัน Wongnai โดยบริการของ Line man นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับทฤษฎีขยายองค์ความรู้ที่ต่อยอดมาจากทฤษฎีการกระทำด้วยเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ที่อธิบายพฤติกรรมของบุคคลไว้ว่า

การที่บุคคลจะลงมือประกอบพฤติกรรมใดนั้น สามารถอธิบายได้จากการวัดความเชื่อ เจตคติ และความตั้งใจกระทำ ซึ่งผลของความตั้งใจกระทำ ก่อให้เกิดพฤติกรรมการใช้งานจริงขึ้น (Ajzen, 1991)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 สมมติฐานข้อที่ 5 - สมมติฐานข้อที่ 8 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย ได้แก่ สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าสมาชิก ส่วนลดราคาพิเศษ กิจกรรมส่งเสริมการขาย สำหรับกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์และวาย มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรผ่านช่องทางออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญ โดยการศึกษาครั้งนี้พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรารุณี ราชาสกุล (2561) จากการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อตัวเครื่องปั่นผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตตวุฒิ รัตตกุล (2559) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านบุคลากรที่ให้บริการมากที่สุด ตามด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ซึ่งสอดคล้องกับ Philip Kotler (2016) กล่าวไว้ว่า ด้านราคา (Price) คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่าของบริการกับราคาของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจำเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้า และลูกค้าจะได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลงานวิจัยไปใช้

1. การยอมรับเทคโนโลยี ผู้ประกอบการควรพัฒนาและปรับปรุงระบบการสั่งซื้อสินค้าและให้ข้อมูลเพิ่มเติมในการซื้อขายสินค้าเนื่องจากผู้ใช้งานออนไลน์ในปัจจุบันมีขนาดใหญ่และผู้ใช้งานเองที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงอายุ จึงทำให้ความสามารถในการเข้าถึงแตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการควรใส่ใจในเรื่องการออกแบบของช่องทางการซื้อขายให้มีการเข้าถึงง่าย สะดวกในการใช้ จัดหมวดหมู่ที่ชัดเจน และไม่ยุ่งยากเกินไป รวมไปถึงผู้ค้าขายยังสามารถเข้ามาใช้ช่องทางของท่านได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความง่ายและรับรู้ถึงประโยชน์ในการใช้งาน

2. ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างการดึงดูดจากลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญเพราะสินค้าเกษตรเป็นสินค้าที่สามารถหาซื้อได้ง่ายตามสถานที่ทั่วไป ดังนั้นควรสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นหรือสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า เช่น พิษผลทางการเกษตรที่ปลอดภัยและมี กระบวนการผลิตไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ความสดใหม่และมีคุณภาพของสินค้าเกษตรตรงตามที่ระบุไว้ เป็นต้น สำหรับด้านราคาควรเป็นราคามาตรฐานในสินค้าเกษตรประเภทเดียวกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง โดยการศึกษาครั้งนี้ การยอมรับเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคออนไลน์ของกลุ่ม Gen X, Y ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ พบว่า ด้านของส่วนประสมทางการตลาดด้าน ผลิตภัณฑ์ กระบวนการ ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ ดังนั้น นักวิจัยหรือผู้ที่สนใจควรศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าเกษตรออนไลน์ เพิ่มเติม เนื่องจากปัจจัยความตั้งใจซื้อสินค้าไม่ได้มีเพียงปัจจัยที่ทางผู้วิจัยนำมาวิจัยเท่านั้น แต่เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ อีกด้วย เช่น ความไว้วางใจ สังคมออนไลน์ และด้านคุณภาพ

2. ควรทำการศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบประเภทของเครื่องมือผ่านสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคมากที่สุดประเภทอื่นๆ ที่มีความนิยมอยู่ในปัจจุบัน

บรรณานุกรม

กรณษา แสนละเอียด และคณะ. (2560). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อแนวโน้มความตั้งใจในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*. 9(3), 3-15.

จิตตวุฒิ รัตตกุล. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. (2560). Facebook Live การตลาดแบบถ่ายทอดสด. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=549862 (เมื่อวันที่ 21 มกราคม 2563).

บุญญา ด่าน และคณะ. (2561). การยอมรับการใช้เทคโนโลยีส่งผลต่อความตั้งใจสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน Wongnai โดยบริการของ Line man. *บูรณาการงานวิจัยสู่การพัฒนาท้องถิ่นที่ยั่งยืนประจำปี 2561*. อาคารโอฬาร โรจน์หิรัญ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

ยุทธ ไกยวรรณ. (2556). การวิเคราะห์สถิติหลายตัวแปรสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วนิดา ตะนุรักษ์ และคณะ . (2560). อิทธิพลของทัศนคติต่อการใช้งานและปัจจัยที่เกี่ยวข้องต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีของพนักงานอุตสาหกรรม การค้าส่งและค้าปลีกไทย. *วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง*.

- วรารุฒิ ราชาสกุล. (2561). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อตัวเครื่องบินผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2560). **รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี2560 (Thailand Internet User Profile 2017)**. [ออนไลน์], สืบค้นจาก: <https://www.etcha.or.th/publishing-detail/thailand-internet-userprofile2017.html> (เมื่อวันที่ 21 มกราคม 2563).
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Dodds, W. B., & Grewal, D. (1991). Effect of price, brand and store information on buyer's product evaluation. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307-319.
- Davis, F. D. (1989). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology" *MIS Quarterly* (13:3), pp. 319-339
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., and Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models [Electronics version]. *Journal of Management Science*, 35(8), 982 – 1003
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate data analysis: A global perspective**. (7th ed). New Jersey: Pearson Education Inc.
- Howard, J. A. (1994), **Buyer Behavior in Marketing Strategy**, 2nd edition, New Jersey, Prentice Hall.
- Marketing Oops. (2018). **บทสรุปนวัตกรรมเทคโนโลยีแก้ไขวิกฤตการณ์ของไทย**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/exclusive/advertising-week-2018/>. (เมื่อวันที่ 23 มกราคม 2563).
- Philip Kotler, Hermawan Kartajaya and Iwan Setiawan. (Dec 2016). Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital. *Raths. (1999) Bridging the generation gap*. InfoWorld. vol. 21 no. 45, pp. 84.

กลยุทธ์และตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ในประเทศไทย

Strategy and business tools for creating competitive advantage in Thailand

ธวิต อินทกุล¹ เฟื่องฟ้า อัมพรสสิริ²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาองค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย 2) เพื่อวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบสภาพตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย และ 3) เพื่อกำหนดกลยุทธ์และตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบด้วย ผู้บริโภคใช้เครื่องมือช่าง จำนวน 400 เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม และผู้เชี่ยวชาญ 15 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ การการสนทนากลุ่ม สถิติสำหรับการวิเคราะห์ คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์เชิงองค์ประกอบ ผลการศึกษาพบว่า

1. องค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านการส่งเสริมการตลาด 3) ด้านกระบวนการให้บริการ 4) ด้านรูปลักษณ์ทางกายภาพทางร้านค้า 5) ข้อมูลสินค้า 6) การบรรจุภัณฑ์ 7) ความต้องการซื้อ 8) ข่าวสารข้อมูล และ 9) ความจำเป็น

2. วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบสภาพตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย มี 16 แนวทางแบ่งออก 4 สถานการณ์ ดังนี้ สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็ง-โอกาส) มีแนวกลยุทธ์ ทั้งหมด 6 แนวทาง สถานการณ์ที่ 2 (จุดแข็ง-อุปสรรค) มีแนวกลยุทธ์ ทั้งหมด 4 แนวทาง สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อน-โอกาส) มีแนวกลยุทธ์ ทั้งหมด 4 แนวทาง และ สถานการณ์ที่ 4 (จุดอ่อน-ภัยอุปสรรค) มีแนวกลยุทธ์ ทั้งหมด 4 แนวทาง

3. กำหนดกลยุทธ์และตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทยได้ 5 กลยุทธ์ คือ 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ 2) กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ 3) กลยุทธ์ด้านลักษณะทางกายภาพ 4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และ 5) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย

คำสำคัญ : กลยุทธ์, ตัวแบบธุรกิจ, เครื่องมือช่าง

¹ นักศึกษาคณะการจัดการบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยชินวัตร E-mail : rongsom.k@gmail.com

² (ดร. อาจารย์ประจำ) คณะการจัดการ มหาวิทยาลัยชินวัตร

Abstract

The objectives of this research are 1) to study the survey components of the tool business model for creating a competitive advantage in Thailand 2) to compare the analysis of the hand tools business model for creating a business advantage And 3) to establish business strategies and tools for creating competitive advantages such as Competition in Thailand The population used in this study consists of Consumers use 400 tools, which are questionnaires and 15 experts. Tools used Is a group conversation Statics for analysis are percentage, mean, standard deviation, component analysis.

The results of the study are as follows:

1. Survey components of the tooling business model for creating a competitive advantage in Thailand consist of 9 components which are 1) product (2) marketing promotion 3) management process 4) Physical appearance in the store 5) Product information 6) Packaging 7) Demand for purchase 8) News and 9) Necessity.

2. Pre-analysis Comparison of business model tools for creating a competitive advantage in Thailand. There are 16 approaches divided into 4 situations as follows. Situation 1 (strengths-opportunities) There are 6 strategic approaches. Scenario 2 (strengths-obstacles) There are 4 strategic directions, situation 3 (weakness-opportunity) has 4 strategies, and situation 4 (weakness-danger) has all strategies Out of 4 ways.

3. Define strategies and business tools for creating competitive advantage in Thailand in 5 strategies which are 1) product strategy 2) service process strategy 3) physical strategy 4) strategy Distribution channels and 5) sales promotion strategies.

Keywords: Strategy, Business Model, Tool

บทนำ

ปัจจุบันสภาพการแข่งขันของธุรกิจค้าปลีกวัสดุก่อสร้างและอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน มีการแข่งขันที่สูงมาก ไม่ว่าจะเป็นคู่แข่งที่เป็นทางตรง หรือทางอ้อม ที่พยายามปรับตัวให้เป็น One Stop shopping ทั้งนี้คู่แข่งยังได้ขยายฐานลูกค้าเพื่อให้ครอบคลุมลูกค้าในทุกๆ กลุ่ม ทั้งในส่วนที่เป็นรายย่อย ผู้รับเหมา ลูกค้าโครงการ ยิ่งถ้ามองลงมาในระดับสาขาจะเห็นว่าในสาขาที่ตั้งอยู่ในแถบชานเมืองจะมีคู่แข่งค่อนข้างเยอะ เพราะคู่แข่งน่าจะมองเห็นว่าธุรกิจด้านนี้ยังเจริญเติบโตค่อนข้างดี ทำให้การตลาดกับผู้บริโภคที่ เป็นกลุ่มลูกค้ารายย่อยทั่วไป ทั้งลูกค้าในกลุ่มตลาดบ้านใหม่ ตลาด

ซ่อมแซม และต่อเติมบ้าน (บ้านเก่า) โดยตลาดบ้านใหม่จะมีการขยายตัวตามสภาพทางเศรษฐกิจ หากสภาพทางเศรษฐกิจอยู่ในช่วงการขยายตัว ตลาดก็จะขยายตัวตาม (พิกุล ทักษิณวราจารย์, 2561) นั่นก็คือ เมื่อผู้บริโภคมีอำนาจการซื้อที่เพิ่มขึ้นก็ต้องการที่จะซื้อบ้านใหม่ที่มีขนาดใหญ่ขึ้น ในส่วนของตลาดบ้านเก่าเองก็มีการขยายตัวอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าจะเพื่อการซ่อมแซม บำรุงรักษา ตกแต่ง หรือต่อเติมเพื่อรองรับการขยายตัวของครอบครัว ซึ่งในระยะหลังตลาดบ้านเก่า มีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้น พฤติกรรมของลูกค้าส่วนใหญ่ยังคงเป็น ลักษณะการซื้อเพื่อใช้ (“BIY”) ซึ่งต้องการบริการประกอบ หรือติดตั้งให้ มากกว่าลักษณะการซื้อและประกอบเอง (“DIY”) บริษัทจึงมีการบริการที่ครบวงจรเพื่อให้ความสะดวกแก่ลูกค้า จากปัจจัยการก้าวสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและพฤติกรรมผู้บริโภคในยุค 4.0 ทำให้ผู้บริโภคจำเป็นต้องแสวงหาสิ่งอำนวยความสะดวก ที่จะมาตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานด้วยตนเองมากขึ้น ทั้งทางด้านการก่อสร้างและที่อยู่อาศัย รวมทั้งกระบวนการผลิตซึ่งมีความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง (สุทธภา อมรวิวัฒน์, 2560) ประกอบกับปัจจัยผู้บริโภคให้ความสำคัญ และพิถีพิถันในการเลือกซื้อเป็นอย่างมาก ผ่านกระบวนการที่หลากหลายช่องทางก่อนตัดสินใจ ดังนั้น ความต้องการสินค้าประเภทเครื่องมือช่างก็เป็นสินค้าอีกประเภทหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการมีไว้เพื่อประโยชน์ในการประกอบและติดตั้งวัสดุก่อสร้าง วัสดุซ่อมแซมอุปกรณ์ตกแต่ง ชำรุด ทั้งที่อยู่อาศัย และเครื่องจักรที่ต้องการบำรุงรักษา ทั้งในภาคอุตสาหกรรม ภาคเกษตรกรรม ผู้ใช้ครัวเรือน เพื่อให้ได้เรียบร้อย สวยงาม ช่วยประหยัดเวลาและต้นทุน เครื่องมือช่างทางด้านผู้ผลิตก็ได้พัฒนาวิวัฒนาการต่างๆ มาอย่างต่อเนื่อง และออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เสมอ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคทุกกลุ่ม ในการใช้งานในหลายๆ ด้าน โดยเครื่องมือช่างได้มีวิวัฒนาการในด้านเทคโนโลยีเปลี่ยนจากเครื่องมือช่างแบบมีสายไฟ เป็นเครื่องมือช่าง แบบไร้สาย หรือที่เรียกว่า เครื่องมือที่ใช้พลังงานจากแบตเตอรี่ชนิด ลิเทียม-ไอออน (Lithium-Ion) เพื่อความสะดวก ลดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัยต่อผู้ใช้ เพื่อความคล่องตัวยิ่งขึ้น ให้เหมาะสมทั้งขนาด รูปทรงกะทัดรัด ช่วยทุ่นแรง ประหยัดทั้งเวลาและต้นทุน เพื่อความเหมาะสมกับงานที่ใช้ เครื่องมือช่างแบบไร้สายแต่ละชนิด จะถูกพัฒนาและออกแบบอย่างต่อเนื่องมาสำหรับงานแต่ละประเภทได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดตามการขยายตัวของ การก่อสร้างแต่ละประเภท ทั้งภาคอุตสาหกรรม และภาคเกษตรกรรม รวมทั้งการก่อสร้างที่พักอาศัย ประเภทคอนโดมิเนียมที่มีมากขึ้น อีกทั้งโครงสร้างพื้นฐานของรัฐ เช่น รถไฟฟ้า มีจุดประสงค์โดยรวมของเครื่องมือช่างแบบไร้สาย เพื่อให้ได้ความสวยงาม มีคุณภาพ เพิ่มปริมาณ ผลผลิตของงานทั้งภาคอุตสาหกรรม และภาคเกษตรกรรม รวมถึง กับลูกค้าทั่วไป รายย่อย ครัวเรือนที่ ต้องการช่วยเหลือตัวเอง ช่วยลดเวลาและต้นทุน เพิ่มความปลอดภัย ป้องกันอุบัติเหตุในการปฏิบัติงาน

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นทำให้ผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษากลยุทธ์และตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย เพื่อที่จะสามารถนำปัจจัยต่างๆ นั้น มาใช้ประโยชน์ในการเสริมสร้างเพิ่มพูนธุรกิจเครื่องมือช่างต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบสภาพตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย
3. เพื่อกำหนดกลยุทธ์และตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคใช้เครื่องมือช่างในประเทศไทย และกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 เท่าของตัวแปร จากตัวแปรความสมดุลในชีวิตและการทำงานของบุคลากรในองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในประเทศไทยจำนวน 40 ตัวแปร (Comrey & Lee, 1992; Field & Miles, J., & Field, Z. 2012; MacCallum., Browne, & Sugawara, 1996; Tabachnick & Fidell, 2007) ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) คือ ผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ ผู้บริหาร ผู้จัดการฝ่ายการตลาด จำนวน 9 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาองค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย

วิเคราะห์ลักษณะขององค์ประกอบเชิงสำรวจของความสมดุลในชีวิตและการทำงานของบุคลากรในองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในประเทศไทย โดยการสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับองค์ประกอบของความสมดุลในชีวิตและการทำงานของบุคลากรในองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในประเทศไทยโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน

1. เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล ซึ่งเป็นแบบสำรวจรายการ (Check list)
2. เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย ซึ่งเป็นมาตราวัดแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบสภาพตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่าง และกำหนดกลยุทธ์และตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย

การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบสภาพตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่าง และกำหนดกลยุทธ์และตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทยจากข้อมูลในขั้นตอนที่ 1 โดยใช้เครื่องมือการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาองค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย

การจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหาสาระ เพื่อวิเคราะห์สังเคราะห์รายละเอียดขององค์ประกอบที่ของความสมดุลในชีวิตและการทำงานของบุคลากรในองค์กรที่มีสมรรถนะสูงในประเทศไทยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสถิติเชิงพรรณนา (Quantitative Statistic Descriptive analysis) โดยใช้สถิติ ดังนี้ (1) ร้อยละ (Percentage) (2) ค่าเฉลี่ย (Mean) และ (3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสถิติเชิงอนุมาน (Quantitative Statistic Inferential analysis) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงสำรวจ EFA (Exploratory Factor Analysis) และหมุนแกนแบบ Varimax

ขั้นตอนที่ 2 วิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบสภาพตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่าง และกำหนดกลยุทธ์และตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย

การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบสภาพตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่าง และกำหนดกลยุทธ์และตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

ผลการวิจัย

1. การศึกษาองค์ประกอบเชิงสำรวจของตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย

ผู้วิจัยได้ใช้เกณฑ์การตัดสินใจเลือกตัวแปรที่สำคัญจากองค์ประกอบที่เกิดขึ้นจากการหมุนแกนเพื่อนำมาใช้ในการสร้างแนวทางที่เหมาะสมที่มีต่อองค์ประกอบของปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์คะแนนองค์ประกอบมาตรฐาน (Factor Standardized Coefficient) ตั้งแต่ .50 ขึ้นไปเป็นตัวแปรสำคัญ ผลจากการศึกษาเบื้องต้น นอกจากนี้ยังพบว่า ข้อมูลทั้งหมดสามารถสกัดองค์ประกอบได้เป็น 9 องค์ประกอบหลัก ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 70.144 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของการวัดความเพียงพอของข้อมูลการสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีวัดแบบ ไกเซอร์-เมเยอร์-โอลกิน (Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy) มีค่าเท่ากับ .901 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 [Bartlett's Test of Sphericity Approx. Chi-Square = 18637.824, df = 2556, and Sig. = .000] เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์คะแนนองค์ประกอบมาตรฐาน (Factor Standardized Coefficient) ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ที่ใช้เป็นเกณฑ์พิจารณาให้เป็นตัวแปรสำคัญเพื่อนำไปสร้างองค์ประกอบของกลยุทธ์และตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย พบว่า มี 40 ประเด็นสำคัญ (จากทั้งหมด 32 ประเด็น)

สามารถสรุปปัจจัยตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อองค์ประกอบองค์ประกอบของกลยุทธ์และตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทยหลังจากทำการหมุนแกน ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ ได้แก่

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (P : Product)

สินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นต้องเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ด้วยและมีความสุขสนุกกับการได้ทำดีดูผลผลิตภัณฑ์นี้ดังนั้นเจ้าของผลิตภัณฑ์ต้องมีเป้าหมายว่าผลิตภัณฑ์นี้จะสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้ในระดับความพึงพอใจระดับไหน สินค้าได้ตอบสนองทั้ง Needs และ Wants มากแค่ไหน การนำสินค้าไปเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งในท้องตลาดว่ามีจุดเด่นและจุดด้อยอย่างไร และในเรื่องกระบวนการผลิตรวมไปถึง Product นั้นจะต้องสามารถตอบโจทย์ในอนาคตได้อย่างดี ดังนั้นกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์จะมองแค่การใช้ในปัจจุบันไม่ได้ยังต้องตอบได้ในเรื่องความทันสมัยล้ำสมัยด้วยสินค้าต้องไม่ใช่“ล้าสมัย”

2) ด้านการส่งเสริมการตลาด (P : Promotion)

การนำกลยุทธ์นี้มาใช้จุดประสงค์ก็เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการสินค้าในช่วงเวลานั้น โดยการเสนอผลประโยชน์ให้กับลูกค้าเป็นครั้งคราว อาทิเช่นการจัดโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม หรือเลือกใช้วิธีอื่นที่มีอยู่หลายรูปแบบสิ่งสำคัญคือต้องนำมาใช้ให้เหมาะกับตัวสินค้าที่นำมาจำหน่าย และต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านอื่นๆด้วยเทคนิคในการนำกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด มาใช้กับการขายสินค้าออนไลน์ ให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านอื่นๆควรส่งเสริมการขายเป็น 2 ลักษณะคือการมุ่งเน้นไปที่ลูกค้าโดยตรงเพื่อให้ลูกค้าซื้อสินค้ามากขึ้น เช่น ซื้อสินค้า 3 ชิ้นคิดราคาพิเศษหรือราคาส่ง และลักษณะที่ 2 มุ่งเน้นไปที่ตัวแทนเพื่อสร้างแรงจูงใจในการขายโดยการให้ส่วนลดสินค้า แถมสินค้า กำหนดเป้าในการส่งซื้อสินค้าเพื่อให้ของขวัญพิเศษ เป็นการลด แลก แจก แถม ที่ทำให้มียอดขายเพิ่มมากขึ้น

3) ด้านกระบวนการการให้บริการ (P : Process)

กระบวนการให้บริการเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญมากต้องอาศัยพนักงานที่มีประสิทธิภาพหรือเครื่องมือที่ทันสมัยในการทำให้เกิดกระบวนการที่สามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพ เนื่องจากการให้บริการโดยทั่วไปมักจะประกอบด้วยหลายขั้นตอน ได้แก่ การต้อนรับ การสอบถามข้อมูลเบื้องต้น การให้บริการตามความต้องการ การชำระเงิน ซึ่งในแต่ละขั้นตอนต้องประสานเชื่อมโยงกันอย่างดี หากมีขั้นตอนใดไม่ดีแม้แต่ขั้นตอนเดียวย่อมทำให้การบริการไม่เป็นที่ประทับใจแก่ลูกค้า

การบริการ (Service) เป็นรูปแบบการให้บริการทั้งก่อน และหลังการขาย (การอธิบายคุณลักษณะที่ดี และการใช้สินค้าก่อนลูกค้าจะทำการซื้อ เพื่อเป็นการเชื่อเชิญให้เกิดความสนใจ) การบริการขณะขาย (การสาธิตให้ลูกค้าได้ชมก่อนที่จะตัดสินใจซื้อสินค้า หรืออาจจะเป็นการให้ลูกค้า

ทดลองใช้ด้วยตัวเองก่อน) และการบริการหลังการขายสินค้าให้กับลูกค้า (เช่นการซ่อมบำรุง หรือ ตรวจสอบสินค้าเมื่อลูกค้าได้ซื้อไปแล้วโดยทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความประทับใจระยะยาว)

4) ด้านรูปลักษณะทางกายภาพทางร้านค้า (P : Physical Evidence)

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพสภาพแวดล้อม การออกแบบภาพลักษณ์ของอาคารสถานที่ของตัวผลิตภัณฑ์นั้นว่ามีความเหมาะสมหรือสวยงามเพียงใด สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ได้แก่ อาคารที่ประกอบธุรกิจ เครื่องมืออุปกรณ์ การตกแต่งสถานที่ เคน์เตอร์ให้บริการ และอื่นๆ สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกใช้บริการก็ย่อมจะมี ดังนั้น สิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ดีและสวยงามเพียงใดบริการก็ย่อมจะมี

5) ข้อมูลสินค้า (D : Data)

ข้อมูลสินค้าให้เหมาะสมกับลูกค้า (Tailoring of the Message) เนื่องจากเป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงพนักงานขายจึงสามารถที่จะปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงข้อมูลให้เหมาะสมกับสถานการณ์ ปัญหา และความต้องการของลูกค้า ยกตัวอย่างเช่น การใช้จุดขาย (Selling Point) เพื่อการเสนอขายการกระตุ้นให้เกิดความต้องการ การจัดซื้อโต้แย้งหรือการปิดการขาย

6) การบรรจุภัณฑ์ (P : Packaging)

บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญเปรียบเสมือนเป็นหน้าตาของสินค้า ดังนั้นการออกแบบดีไซน์ รูปลักษณะบรรจุภัณฑ์จึงเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญอย่างหนึ่ง โดยหลักสำคัญที่ควรจะต้องคำนึงถึงเมื่อทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามแผนการกลยุทธ์นี้ก็คือจะต้องมีความสวยงามเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์อีกทั้งความโดดเด่นเมื่อนำไปวางบนชั้นสินค้าเปรียบเทียบกับของคู่แข่งจะต้องมีความเหนือชั้นกว่าจึงจะประสบความสำเร็จตามแผนงานนี้

7) ความต้องการซื้อ (N : Need)

สร้างให้เกิดความต้องการและการตัดสินใจซื้อ (To Arouse Desire and Action) ในกระบวนการการขาย ผู้ขายจะเป็นผู้สร้างให้เกิดกระบวนการตัดสินใจซื้อ กล่าวคือ มีอิทธิพลต่อการกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อในที่สุด

8) ข่าวสารข้อมูล (I : Information)

การให้ข้อมูลข่าวสารเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญและเหมาะสมกับยุคสมัยที่การติดต่อสื่อสารถึงกันได้อย่างไร้พรมแดน สภาพแวดล้อมและการใช้ชีวิตของคนในสังคมมีเรื่องของอินเทอร์เน็ตมาเกี่ยวข้องด้วยทั้งสิ้นทำให้สามารถรับข้อมูลข่าวสารต่างๆได้อย่างรวดเร็ว รูปแบบการนำกลยุทธ์มาใช้ โดยเฉพาะการขายสินค้าออนไลน์ การให้ข่าวสารเช่น การโพสต์ประกาศ ฝากขายสินค้าตามเว็บลงประกาศฟรีซึ่งมีให้บริการอยู่มากมาย หรือต้องการให้ข้อมูลข่าวสารสินค้าที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย

กลยุทธ์ที่จะต้องเข้าใจสถานการณ์ต่างๆ แล้วนำหลักการตลาด มาประยุกต์เพื่อให้เท่าทันต่อสถานการณ์ในขณะนั้น เพราะโลกยุคปัจจุบัน มีการเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ อย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลข่าวสาร การไหลเวียนของวัตถุดิบ การไหลเวียนของสินค้า และบริการ กระจายไปทั่วทุก

มุมมอง เราจะเห็นได้ว่า สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ที่วางขายกันในประเทศไทย นั้น เราสามารถนำเข้าจากประเทศอื่นๆ มาวางขายได้อย่างเสรี ด้วยเหตุนี้เจ้าของกิจการ นักธุรกิจ ที่มีความเข้าใจและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา จึงประสบความสำเร็จในการทำการตลาดยุคนี้

9) ความจำเป็น (N : Necessary)

การสร้างความเป็นที่จำเป็นนั้นพนักงานขายจะต้องพยายามชักชวนให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ต้องการ หรือปรารถนาจะเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยนำเสนอให้ลูกค้าเห็นถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการซื้อผลิตภัณฑ์ และสามารถสนองความต้องการลูกค้าได้ ถ้าพนักงานขายสามารถทำได้ก็เท่ากับว่าได้กระตุ้นและจูงใจให้ลูกค้าเกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์นั้นแล้ว แต่ในขณะที่เดียวกันพนักงานขายอาจจะต้องเจอกับข้อโต้แย้งทางการขาย (Sales Objection) และอุปสรรคในการขาย (Obstacles) จากลูกค้า ดังนั้นพนักงานขายจะต้องพยายามควบคุมสติอารมณ์ของตนและแก้ไขข้อสงสัย ข้อโต้แย้งต่างๆ อย่างสุขุมรอบคอบ และจะต้องรู้จักปรับตัวเองให้เข้ากับสภาพและลักษณะของลูกค้าแต่ละคน

2. สรุปลักษณะเชิงเปรียบเทียบสภาพตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย ตามวัตถุประสงค์ที่ 2 โดยการวิเคราะห์ SWOT

การนำองค์ประกอบของกลยุทธ์และตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย จาก Factor Analysis เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สถานการณ์ โดยใช้ SWOT Matrix แบ่งออก 4 สถานการณ์ ดังนี้

1) สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็ง-โอกาส) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่พึงปรารถนาที่สุด เนื่องจากองค์กรค่อนข้างจะมีหลายอย่าง ดังนั้น ผู้บริหารขององค์กรควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive -Strategy) เพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้างและปรับใช้และฉกฉวยโอกาสต่างๆ ที่เปิดมาหาประโยชน์อย่างเต็มที่ มีแนวกลยุทธ์ ทั้งหมด 6 แนวทาง

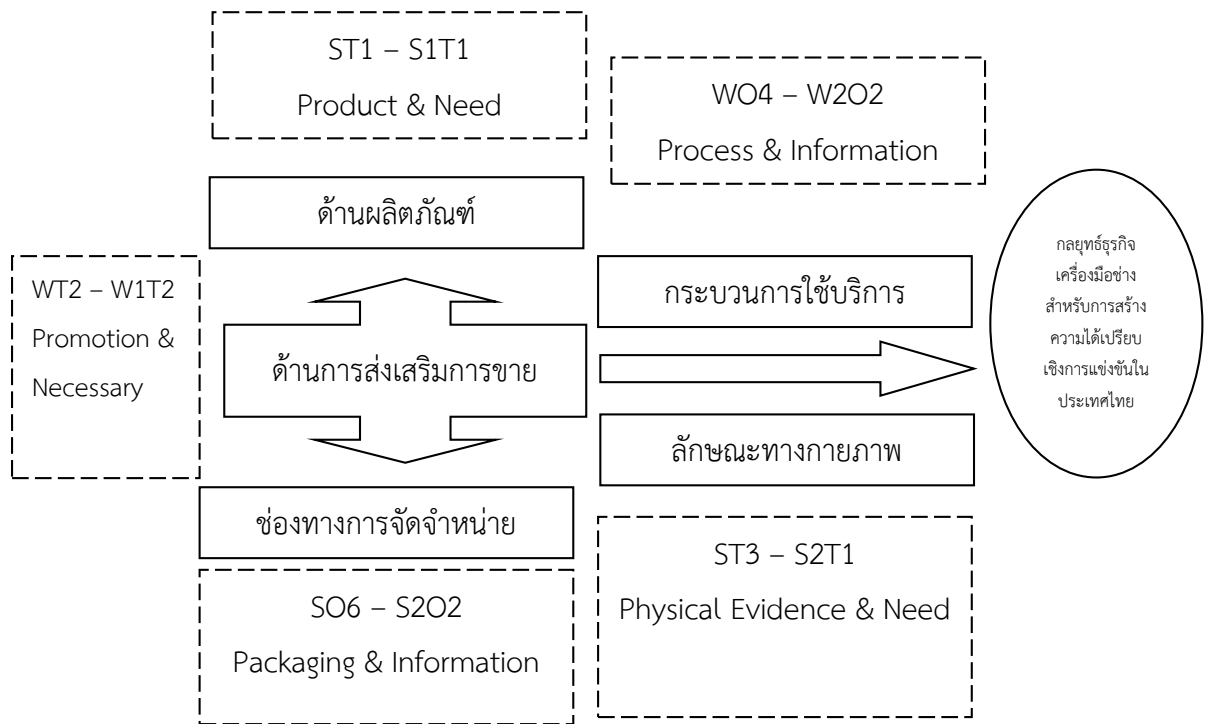
2) สถานการณ์ที่ 2 (จุดแข็ง-อุปสรรค) สถานการณ์นี้เกิดขึ้นจากการที่สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน แต่ตัวองค์กรมีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งหลายประการ ดังนั้น แทนที่จะรองจนกระทั่งสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป ก็สามารถที่จะเลือกกลยุทธ์การแตกตัว หรือขยายขอบข่ายกิจการ (Diversification Strategy) เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีสร้างโอกาสในระยะยาวด้านอื่นๆ แทน มีแนวกลยุทธ์ ทั้งหมด 4 แนวทาง

3) สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อน-โอกาส) สถานการณ์องค์กรมีโอกาสเป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันอยู่หลายประการ แต่ติดขัดอยู่ตรงที่มีปัญหาอุปสรรคที่เป็นจุดอ่อนอยู่หลายอย่างเช่นกัน ดังนั้น ทางออกคือกลยุทธ์การพลิกตัว (Turnaround-oriented Strategy) เพื่อจัดหรือแก้ไขจุดอ่อนภายในต่างๆ ให้พร้อมที่จะฉกฉวยโอกาสต่างๆ ที่เปิดให้ มีแนวกลยุทธ์ ทั้งหมด 4 แนวทาง

4) สถานการณ์ที่ 4 (จุดอ่อน-ภัยอุปสรรค) เป็นสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด เนื่องจากองค์กรกำลังเผชิญอยู่กับอุปสรรคจากภายนอกและมีปัญหาจุดอ่อนภายในหลายประการ ดังนั้น ทางเลือกที่ดี

ที่สุดคือกลยุทธ์การตั้งรับหรือป้องกันตัว (Defensive Strategy) เพื่อพยายามลดหรือหลบหลีกภัยอุปสรรคต่างๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนหามาตรการที่จะทำให้องค์กรเกิดความสูญเสียที่น้อยที่สุด มีแนวกลยุทธ์ ทั้งหมด 4 แนวทาง

3. สรุปกำหนดกลยุทธ์และตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย ตามวัตถุประสงค์ที่3 โดยการสนทนากลุ่ม (Focus group Discussion)



ภาพ 1 กลยุทธ์และตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย

จากภาพ 1 สามารถกำหนดกลยุทธ์และตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทย ได้ 5 กลยุทธ์ ดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product & Need) สร้างสินค้าหรือบริการที่ผู้ประกอบการจะเสนอให้กับลูกค้า แนวทางการกำหนดตัว product ให้เหมาะสมก็ต้องดูว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการอะไร ผู้ประกอบการก็ต้องทำตามที่ลูกค้าต้องการ แต่โดยทั่วไปแนวทางที่จะทำสินค้าให้ขายได้ คือ สินค้าที่มีความแตกต่าง โดยการสร้างความแตกต่างนั้น จะต้องเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จริงว่าต่างกันและลูกค้าตระหนักและชอบในแนวทางนี้ เช่นคุณสมบัติพิเศษ รูปลักษณ์ การใช้งาน ความปลอดภัย ความคงทนโดยกลุ่มลูกค้าที่ผู้ประกอบการจะจับก็จะจะเป็นลูกค้าที่ไม่มีการแข่งขันมาก (niche market)

2. กลยุทธ์ด้านกระบวนการใช้บริการ (Process & Information) พนักงานเริ่มกล่าวข่าวสารเกี่ยวกับระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในด้านการบริการสารสนเทศของลูกค้า (Information Processing

Service) เกิดจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ที่ต้องการใช้บริการกับผู้ให้บริการ ในรูปแบบกิจกรรม ผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบหนึ่งเพื่อสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค และรูปแบบกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้น เพื่อเสริมกับสินค้าให้การขายและให้สินค้ามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นความสำคัญของการบริการมีทั้งด้านบริการที่ดีและบริการที่ไม่ดีซึ่งทั้งสองด้านจะส่งผลต่อผู้ให้บริการ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้อมูลสารสนเทศของลูกค้าที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ เช่น การแจ้งผู้ใช้บริการว่า สินค้าชำรุดชำรุดอยู่ชั้นตอนไหน และราคาอยู่เท่าไร เพื่อผู้ใช้บริการทราบถึงชั้นตอน อยู่ไหนแล้ว

3. กลยุทธ์ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Need) ร้านค้าจึงแข่งขันกันทางภาพลักษณ์ เพราะสิ่งที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ก่อนสิ่งอื่น คือ รูปแบบของร้านค้า ถ้าการออกแบบร้านค้ามีความสวยงามและน่าสนใจ ก็จะสามารถจูงใจลูกค้าให้เข้ามาในร้านได้ ดังนั้น การออกแบบร้านจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งนอกจากจะช่วยดึงดูดลูกค้าได้อย่างดีแล้ว ยังเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้านค้าด้วย และสร้างความต้องการซื้อให้แก่ลูกค้าด้วย

4. กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Packaging & Information) ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านร้านค้าควรบอกข่าวสารเกี่ยวกับรูปแบบการบรรจุภัณฑ์และประเภทวัสดุของบรรจุภัณฑ์มักจะใช้ กับสินค้าอุปโภคบริโภคที่พัฒนาใหม่ หรือเมื่อมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสินค้าใหม่ กลยุทธ์การบรรจุภัณฑ์มีหลักในการพิจารณา

5. กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion & Necessary) กิจกรรมการส่งเสริมการตลาดที่นอกเหนือไปจากการโฆษณา การตลาดทางตรง การขายโดยใช้พนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ ที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราว เพื่อกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อของลูกค้าขั้นสุดท้าย บุคคลในช่องทางการตลาด หรือพนักงานขายของกิจการ การส่งเสริมการขายไม่สามารถใช้เพียงเครื่องมือเดียวได้ ดังนั้นการส่งเสริมการขายเป็นกิจกรรมต่างๆ ทางการตลาดที่นอกเหนือจากการโฆษณา การประชาสัมพันธ์และการขายโดยพนักงานขายโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อหรือเพิ่มยอดขายของกิจการรวมถึงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของคนกลางในการจัดจำหน่าย โดยการจัดและตกแต่งร้าน การแสดงสินค้า การสาธิตการใช้งาน และความพยายามทางการตลาดอื่นๆ ที่ไม่ใช่งานด้านการขายที่ปฏิบัติอยู่เป็นประจำ

อภิปรายผลการวิจัย

กำหนดกลยุทธ์และตัวแบบธุรกิจเครื่องมือช่างสำหรับการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันในประเทศไทยได้ 5 กลยุทธ์ คือ 1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product & Need) 2) กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ (Process & Information) 3) กลยุทธ์ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Need) 4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Packaging & Information) และ

5) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion & Necessary) เนื่องจากการจัดการเชิงกลยุทธ์ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน จะช่วยสร้างประสิทธิภาพและศักยภาพในการแข่งขันให้แก่ธุรกิจ และเสริมสร้างการพัฒนาขีดความสามารถทางการบริหารของนักบริหาร รวมทั้งช่วยเตรียมความพร้อมและพัฒนาบุคลากรที่อยู่ภายในองค์กร เนื่องจากการพัฒนาเชิงกลยุทธ์จะต้องมีการสร้างความเข้าใจและแนวทางในการเตรียมพร้อม เพื่อรับกับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นของสภาพแวดล้อม และคู่แข่ง นอกจากนี้แล้วการจัดการเชิงกลยุทธ์ยังช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในองค์กรเข้าใจในภาพรวม โดยเฉพาะเป้าหมายในการดำเนินงานทำให้สามารถจัดลำดับการดำเนินงานตามลำดับความสำคัญ เร่งด่วนได้ เนื่องจากการกำหนดกลยุทธ์ การประยุกต์ใช้ และการตรวจสอบควบคุมไว้อย่างชัดเจน ทำให้เกิดความเข้าใจตรงกันและเกิดความร่วมมือ โดยเฉพาะความเข้าใจในวัตถุประสงค์ขององค์กร อีกทั้งจะช่วยให้มีการจัดสรรทรัพยากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับการบริหารองค์กรในส่วนต่างๆ ซึ่งสอดคล้องงานของ อุทัย ชุมลักษ์ณ์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดต่างประเทศเชิงรุกเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมก่อสร้างในตลาดอาเซียน: ศึกษาเฉพาะเสาคอนกรีตเสริมเหล็กอัดแรงโดยใช้แรงเหวี่ยง ผลการวิจัยพบว่า ได้ต้องกำหนดรูปแบบกลยุทธ์ซึ่งถือเป็น กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Strategy) ด้านการตลาดที่สำคัญ 7 กลยุทธ์ เรียกว่า SEVEN'S MODEL หรือ 7's Of Strategy ประกอบด้วย 1) กลยุทธ์เพื่อตลาดเป้าหมาย 2) กลยุทธ์การแย่งชิงส่วนตลาด 3) กลยุทธ์การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ 4) กลยุทธ์การสร้างตราสินค้า 5) กลยุทธ์ราคา 6) กลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่าย และ 7) กลยุทธ์การตลาดทางตรงเพื่อเป็นกลยุทธ์การตลาดต่างประเทศเชิงรุก และ การส่งสินค้าออกมีความสัมพันธ์กับการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในตลาดใหม่อาเซียน และ Albaum and Tse (2001) ได้ทำการศึกษาบริษัทที่ปรับเปลี่ยนตัวให้เข้ากับองค์ประกอบย่อยต่างๆ ตามแผนกลยุทธ์ของบริษัทในตลาดต่างประเทศ แล้วนำมาเปรียบเทียบกับบริษัทของตลาดภายในประเทศ ว่ามีความแตกต่างกันอย่างไร วิธีการตัดสินใจในการปรับเปลี่ยนดังกล่าวมีอิทธิพลต่อระดับการแข่งขันภายในธุรกิจ และผลการดำเนินงานในตลาดต่างประเทศหรือไม่ ซึ่งผู้วิจัยกล่าวว่าการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดเป็นกระบวนการที่ได้รับอิทธิพลจากการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ของบริษัทที่ผ่านๆ มา พวกเขาดำเนินการศึกษาความสำคัญขององค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดเพื่อความสำเร็จของบริษัท ผู้วิจัยได้เสนอว่า กระบวนการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ มีส่วนช่วยให้เป็นผู้ได้เปรียบในการแข่งขันในธุรกิจเดียวกัน ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานในตลาดต่างประเทศ

1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ (Product & Need) จะเกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจ เกี่ยวกับคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Product attribute) ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product mix) สายผลิตภัณฑ์ (Product lines) สิ่งที่ต้องพิจารณาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ คือแนวความคิดด้านผลิตภัณฑ์ (Product Concept) เป็นคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค Product ได้ ต้องมีความชัดเจนในตัวผลิตภัณฑ์นั้นๆ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ (Product attribute)

จะต้องทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นผลิตมาจากอะไร มีคุณสมบัติอย่างไร ลักษณะทางกายภาพ พิสิกส์ เคมี ชีวะ ขนาด ความดี ความงาม ความคงทนทานด้านรูปร่าง รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตัวของมันเอง .ลักษณะเด่นของสินค้า (Product Feature) การนำสินค้าของบริษัทไปเปรียบเทียบกับสินค้าของคู่แข่งแล้วมีคุณสมบัติ แตกต่างกัน และจะต้องรู้ว่าสินค้าเรามีอะไรเด่นกว่า เช่น ลักษณะเด่นของ Dior คือเป็นผลิตภัณฑ์ชั้นนำจากปารีส ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ (Product Benefit) พิจารณาว่าสินค้านี้มีลักษณะเด่นอย่างไรบ้าง และสินค้าให้ประโยชน์อะไรกับลูกค้าบ้าง ระหว่างการให้สัญญา กับลูกค้า กับการพิสูจน์ด้วยลักษณะเด่นของสินค้า ซึ่งสอดคล้องงานของ เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล (2557) ได้ศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดในการดำเนินธุรกิจของ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษา พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อม ส่วนกลยุทธ์ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จของ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2) กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ (Process & Information) เป็นรูปแบบการให้บริการ ทั้งก่อน และหลังการขาย (การอธิบายคุณลักษณะที่ดี และการใช้สินค้าก่อนลูกค้าจะทำการซื้อ เพื่อเป็นการเชื้อเชิญให้เกิดสนใจ) การบริการขณะขาย (การสาธิตให้ลูกค้าได้ชมก่อนที่จะตัดสินใจซื้อสินค้า หรืออาจจะเป็นการให้ลูกค้าทดลองด้วยตัวเองก่อน) และบริการหลังการขายสินค้าให้กับลูกค้า (เช่นการซ่อมบำรุง หรือตรวจสอบสินค้าเมื่อลูกค้าได้ซื้อไปแล้วโดยทำอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความประทับใจระยะยาว) ซึ่งสอดคล้องงาน Kerin et al. (2013, pp.346) กล่าวว่า การจัดการการตลาดประกอบด้วย 7 P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์บริการ (Product/Service) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) และ กระบวนการ (Processes)

3) กลยุทธ์ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence & Need) รูปแบบของร้านค้า ถ้าการออกแบบร้านค้ามีความสวยงามและน่าสนใจ ก็จะสามารถจูงใจลูกค้าให้เข้ามาในร้านได้ ดังนั้นการออกแบบร้านจึงเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ซึ่งนอกจากจะช่วยดึงดูดลูกค้าได้อย่างดีแล้ว ยังเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้านค้าด้วย และสร้างความต้องการซื้อให้แก่ลูกค้าด้วย ซึ่งสอดคล้องงานของLedwith and O'Dwyer (2008) ได้ศึกษาถึงการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ ข้อได้เปรียบของผลิตภัณฑ์ และการวางแผนตลาดในธุรกิจ SMEs โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบผลกระทบของการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ ข้อได้เปรียบของผลิตภัณฑ์และการวางแผนตลาดกับประสิทธิภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการปฏิบัติงานขององค์กรในธุรกิจ SMEs โดยใช้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องรวบรวมจาก 48 บริษัท ทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ในประเทศไอร์แลนด์ (33 บริษัทขนาดเล็ก และ 15 บริษัทขนาดใหญ่) โดยมีการเปรียบเทียบและการวิเคราะห์ความสัมพันธ์สำหรับบริษัททั้งขนาดเล็ก และขนาดใหญ่ จากการศึกษา พบว่า มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างผลกระทบ

ของการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ ข้อได้เปรียบของผลิตภัณฑ์และการวางแผนตลาดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และการปฏิบัติงานของบริษัททั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ นอกจากนี้ ยังชี้ให้เห็นว่าบริษัทขนาดเล็กจำนวนมากที่สามารถปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่ขององค์กรและผลการดำเนินงานขององค์กร

4) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Packaging & Information) เป็น ยุทธศาสตร์สำคัญ เพราะผลกำไรที่ร้านค้าจะได้รับนั้นมาจากยอดจำหน่ายสินค้าซึ่งหากมีช่องทางการจำหน่ายที่สามารถกระจายสินค้าออกไปได้มาก ผลกำไรที่ได้รับก็จะมากตามไปด้วยส่วนวิธีการจัดจำหน่ายมีหลักที่จะต้องพิจารณาช่องทางการจำหน่ายสินค้าที่นิยมใช้มีอยู่สองรูปแบบคือ ร้านค้าขายสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรง เช่น ร้านค้าขายสินค้าให้กับลูกค้าเมื่อมีการติดต่อสั่งซื้อพร้อมการโอนเงิน เมื่อร้านค้าได้รับเงินแล้วก็จะจัดส่งสินค้าให้ถึงมือลูกค้าโดยตรง ซึ่งช่องทางการจำหน่าย ด้วยวิธีนี้ร้านค้าจะได้กำไรมากกว่า ส่วนช่องทางการจำหน่ายรูปแบบที่สอง คือการขายสินค้าผ่านตัวแทนหรือคนกลาง ตัวอย่างเช่น ร้านขายเปิดรับตัวแทนขายสินค้าวิธีการก็คือให้ผู้ที่สนใจเป็นตัวแทนนำรูปภาพสินค้าไปขายจะขายทางเว็บไซต์ เว็บเพจ Facebook หรือช่องทางอื่นๆซึ่งขึ้นอยู่กับตัวแทน เมื่อตัวแทนมียอดสั่งซื้อเพียงโอนเงินพร้อมแจ้งรายละเอียดที่อยู่ของลูกค้าทางร้านค้าก็จะทำการจัดส่งสินค้าในนามตัวแทนให้กับลูกค้าโดยตรง วิธีนี้เป็นการขยายกลุ่มลูกค้าทำให้มียอดขายสินค้าเพิ่มมากขึ้น ถึงแม้ช่องทางการจำหน่ายรูปแบบนี้จะทำให้ได้กำไรน้อยกว่าการขายสินค้าให้กับลูกค้าโดยตรงแต่ก็จะทำให้มียอดขายสินค้าเพิ่มมากขึ้นจากเครือข่ายของตัวแทนซึ่งสอดคล้องงานของ Lovelock and Wright (2007, pp.22) ที่ได้เสนอแนวคิดกลยุทธ์ส่วนประสม การตลาดบริการได้พัฒนาเป็นกลยุทธ์ 8P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์บริการ (Product/Service) ราคา (Price) ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Environment) กระบวนการ (Processes) ผลผลิตภาพและคุณภาพ (Productivity and Quality)

5) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion & Necessary) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการทำตลาดมากยิ่งขึ้น จุดประสงค์ของการนำ กลยุทธ์การส่งเสริมการขาย มาใช้เพื่อทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวสินค้ามากขึ้น โดยการเสนอผลประโยชน์พิเศษให้กับลูกค้าเป็นครั้งคราว เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการสินค้าในช่วงเวลานั้น กลยุทธ์การส่งเสริมการขายที่นิยมนำมาใช้ในการทำตลาดในปัจจุบันมีหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ ซึ่งผู้ประกอบการเอสเอ็มอีสามารถเลือกนำมาใช้ให้เหมาะกับสินค้า เช่น การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ลูกค้าโดยตรง เพื่อต้องการให้ลูกค้าซื้อสินค้ามากขึ้น ผู้ประกอบการก็อาจเลือกใช้ วิธีการแจกของตัวอย่าง การสาธิตวิธีการใช้ การให้คูปอง การคืนเงิน ฯลฯ แต่หากต้องการส่งเสริมการขายโดยมุ่งไปที่ตัวแทนจำหน่ายที่เป็นคนกลาง เพื่อให้บุคคลเหล่านี้กระจายสินค้าไปยังลูกค้าได้มากขึ้น ก็สามารถนำวิธีการส่งเสริมการขายในลักษณะให้ส่วนลดสินค้า การแถมสินค้า การกำหนดเป้าในการซื้อสินค้า การให้ของขวัญพิเศษ ฯลฯ มาใช้เป็นแรงจูงใจ และหากต้องการส่งเสริมการขายด้วยการมุ่งสู่พนักงานขาย สามารถใช้วิธีการกระตุ้นด้วยการให้โบนัสพิเศษ การกำหนดเป้าการขาย เพื่อกระตุ้นให้พนักงานเหล่านี้ขายสินค้า

ได้มากขึ้น ได้ศึกษาถึงความแตกต่างทางวัฒนธรรมของอาหาร เพื่อนำมาใช้กับกลยุทธ์ การปรับตัวทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์อาหาร และศึกษาถึงผลกระทบจากการปรับตัวทางการตลาดโดยวิเคราะห์จากผลการดำเนินการส่งออก จากผลการวิจัยพบถึงความสัมพันธ์ที่สำคัญระหว่างระยะห่างของวัฒนธรรมทางอาหารและขอบเขตของการปรับตัวของผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม การปรับตัวของผลิตภัณฑ์ไม่ได้ส่งผลต่อการส่งออก หมายความว่าปัจจัยอื่นๆ ที่ควบคู่ไปกับกลยุทธ์ทางการตลาดอาจจะส่งผลต่อการส่งออกซึ่งสอดคล้องงานของ Marshall and Johnston (2015, pp.12) ได้เสนอส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย 4P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์หรือบริการ (Product) ราคา (Price) ช่องทางจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้

สินค้าหรือบริการที่ผู้ประกอบการจะเสนอให้กับลูกค้า แนวทางการกำหนดตัว product ให้เหมาะสมก็ต้องดูว่ากลุ่มเป้าหมายต้องการอะไร ผู้ประกอบการก็ต้องทำตามที่ลูกค้าต้องการ แต่โดยทั่วไปแนวทางที่จะทำสินค้าให้ขายได้มีอยู่สองอย่าง คือ สินค้าที่มีความแตกต่าง โดยการสร้างความแตกต่างนั้น จะต้องเป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จริงว่าต่างกันและ ลูกค้าตระหนักและชอบในแนวทางนี้ เช่น คุณสมบัติพิเศษ รูปลักษณ์ การใช้งาน ความปลอดภัย ความคงทนโดยกลุ่มลูกค้าที่ผู้ประกอบการจะจับก็จะเป็นลูกค้าที่ไม่มีการแข่งขันมาก (niche market)

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้ยังไม่ครอบคลุมถึงองค์ประกอบสำคัญห้าประการ ได้แก่ สภาพแวดล้อมทางการตลาด และ กลยุทธ์ด้านการตลาด ซึ่งต้องตระหนักถึงความผันแปรและน้ำหนักความสำคัญขององค์ประกอบของการพัฒนากลยุทธ์การตลาดของธุรกิจเครื่องมือช่าง เพื่อให้การปฏิบัติงานสามารถประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพในองค์กรรวมของประเทศ

บรรณานุกรม

- พิกุล ทักษิณวรารจารย์. (2561). ผู้ประกอบการโลจิสติกส์มุกดาหาร พัฒนาศักยภาพสู่ AEC. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก https://pr.prd.go.th/mukdahan/ewt_news.php?nid=1475&filename=index3&nid=1475&filename=index3
- สุทธภา อมรวิวัฒน์. (2560). ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ แบงก์ไทยพาณิชย์ วิเคราะห์โอกาสธุรกิจไทยใน AEC. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://thaipublica.org/2012/06/aec-thai-opportunity/>

- เสาวนีย์ ศรีจันทร์นิล. (2557). กลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี. การวิจัย
วิทยาลัยราชพฤกษ์.
- อุทัย ชุมลัทธิ. (2558 พ.ศ.-ส.ศ.). กลยุทธ์การตลาดต่างประเทศเชิงรุกเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรม
ก่อสร้างในตลาดอาเซียน: ศึกษาเฉพาะเสาคอนกรีตเสริมเหล็กอัดแรงโดยใช้แรงเหวี่ยง.
วารสารวิชาการบัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต. ปีที่ 11 ฉบับที่ 2, หน้า 35-42.
- Albaum, G. & Tse. D. K. (2001). Adapting of International Marketing Strategy
Components, Competitive Advantage. And Firm Performance: A Study of Hong
Kong Exporters. **Journal of International Marketing**, 9(4), 59.
- Comrey, A. L., & Lee, H. B. (1992). **A First Course in Factor Analysis** (2nd ed.). New
Jersey: Lawrence Erlbaum Associates. [Online]. Available from [http://www.
ingentaconnect.com/content/apl/lcibi](http://www.ingentaconnect.com/content/apl/lcibi)
- Field, A., Miles, J., & Field, Z. (2012). **Discovering statistics using R**. Los Angeles: Sage.
- Kerin, R.A., Hartley, S. W., & Rudelius, W. (2013). **Marketing management**. New
York: McGraw Hill.
- Ledwith, Ann, and Michele O'Dwyer. (2008). "Product launch, product advantage and
market orientation in SMEs." **Journal of Small Business and Enterprise
Development**. 15, 1: 96-110.
- Lovelock C. and Wright L. (2007). **Principles of Service Marketing and Management**.
2nd ed. Upper Saddle River. New Jersey: Prentice Hall. P143.
- MacCallum, R.C., Browne, M.W., and Sugawara, H., M.. (1996). "Power Analysis and
Determination of Sample Size for Covariance Structure Modeling".
Psychological Methods, 1 (2), 130-149.
- Marshall, G. W. & Johnston, M. W. (2015). **Essentials of marketing management**.
Singapore: McGraw-Hill.
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2007). **Using multivariate statistics**. (5th ed.). Boston:
Pearson Education.

คุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุฎจิก

อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

Quality in Public Service of the Staffs in Mechanic Division Kudjig Sub district Municipality, Sung Noen District, Nakhon Ratchasima Province

สุวรรณ เดชน้อย¹ นฤชล ธนจิตชัย² ดิเรก แสสนธิ²

ปรียาณัฐ เอียบศิริเมธี² ปริญญา โกวิทย์วิวัฒน์²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุฎจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์ การศึกษาคือ 1) เพื่อศึกษาระดับคุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุฎจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุฎจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือหัวหน้าครัวเรือนหรือตัวแทนหัวหน้าครัวเรือนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เทศบาลตำบลกุฎจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 357 คน โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของทาโรมายานะ จากนั้นทำการสุ่ม กลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีค่าอำนาจ จำแนกรายข้อตั้งแต่ .261- .821 มีความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ .953 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมุติฐานโดยใช้ t-test และ F-test (One-way ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า

1. คุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุฎจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลกุฎจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา มีความคิดเห็นว่าคุณภาพการให้บริการสาธารณะของกองช่างเทศบาลตำบลกุฎจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.44$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ ด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ เครื่องใช้ ($\bar{X} = 3.50$) ด้านความสำเร็จหลังจากให้บริการปรับปรุงซ่อมแซม/ปรับเกรดถนนของกองช่าง ($\bar{X} = 3.49$)

¹ อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนครราชสีมา, E-Mail: dsuwand836@gmail.com

² อาจารย์ประจำ วิทยาลัยนครราชสีมา

ด้านความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ ($\bar{x}=3.48$) ด้านความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ($\bar{x}=3.44$) ด้านความสำเร็จหลังจากการให้บริการด้านไฟฟ้าของสาธารณะ ($\bar{x}=3.42$) ด้านการตอบสนองที่รวดเร็วในการปฏิบัติงาน ($\bar{x}=3.43$) ด้านความสะดวกในการติดต่อ ($\bar{x}=3.42$) ด้านความสำเร็จหลังจากการให้บริการชุดลอกลำนน้ำลำห้วยสาธารณะของกองช่าง ($\bar{x}=3.42$) ด้านความสามารถในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ ($\bar{x}=3.41$) ด้านความสำเร็จหลังจากให้บริการประปา ($\bar{x}=3.39$) และด้านความเสมอภาคในการให้บริการ ($\bar{x}=3.33$) ตามลำดับ

2. เพื่อเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ พบว่า ประชาชนที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ทั้งโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : คุณภาพ, การให้บริการสาธารณะ, เจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาล

Abstract

The objectives of this research : Quality in public service of the staffs in mechanic division, Kudjig Sub-district municipality, Sung Noen district, Nakhon Ratchasima province, are: 1) to study the level of quality in public service of the staffs in mechanic division, Kudjig Sub-district municipality, Sung Noen district, Nakhon Ratchasima province. 2) To compare the level of quality in public service of the staffs in mechanic division, Kudjig Sub-district municipality, Sung Noen district, Nakhon Ratchasima province, as classified by gender, age, educational level, occupation, and income. The samples were the head of household or representative of household living in the area of Kudjig Sub-district municipality, Sung Noen district, Nakhon Ratchasima province were 357 persons. The sample size is determined by using Taro Yamane's formula, then accidental sampling is administered. The instrument using for data collection is the 5 Level rating scale with item discrimination between .261-.821, reliability of total issue was .953. The statistic using for data analysis included the percentage, mean, standard deviation. For hypothesis testing, the t-test และ F-test (One-way ANOVA) were administered.

The study found that;

1. For Quality in public service of the staffs in mechanic division, Kudjig Sub-district municipality, Sung Noen district, Nakhon Ratchasima province, found that the

people living in Kudjig Sub-district municipality administrative organization, Sung Noen district, Nakhon Ratchasima province, in overall, was in “Moderate” level ($X=3.44$). Considering each aspect, found that every aspect was in “Moderate” level, the average values are ranked in order from high to low as: (1) the instrument, equipment, and utensils ($\bar{x}=3.50$), (2) the success after providing the service improvement and fixing/adjusting the road grade of mechanic division ($\bar{x}=3.49$), (3) the staffs’ friendliness ($\bar{x}=3.48$), (4) the staffs’ honesty in work practice ($\bar{x}=3.44$), (5) the success after providing electric service of the public ($\bar{x}=3.42$), (6) the quick response in work practice ($\bar{x}=3.43$), (7) the convenience in communication ($\bar{x}=3.42$), (8) the success after providing the extraction the public basin or stream of mechanic Division ($\bar{x}=3.42$), (9) the Officers’ competency in work practice ($\bar{x}=3.41$), (10) the success after providing water supply ($\bar{x}=3.39$), and (11) the equality in service providing ($\bar{x}=3.33$) respectively.

2. For comparison of quality in public service of the staffs in mechanic division, Kudjig Sub-district municipality, Sung Noen district, Nakhon Ratchasima province, as classified by gender, age, educational level, and income, found that there were no significant differences in quality in public service of the staffs in mechanic division, Kudjig Sub-district municipality, Sung Noen district, Nakhon Ratchasima province, in overall each aspect

Keywords : Quality, Public service, Staffs in Mechanic Division

บทนำ

การกระจายอำนาจลงสู่ท้องถิ่นเป็นการจัดทำความสัมพันธ์ทางอำนาจหน้าที่ระหว่างราชการส่วนกลาง กับราชการส่วนภูมิภาค และราชการส่วนท้องถิ่น ให้สอดคล้องกับเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปเมื่อสังคมมีการพัฒนาด้านต่างๆ ประชาชนจึงมีความต้องการ ความคาดหวัง และเรียกร้องการบริการจากรัฐเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่รัฐมีขีดความสามารถและทรัพยากรที่จำกัดในการตอบสนองความต้องการของประชาชน จึงต้องมีการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นเพื่อลดบทบาทของรัฐในส่วนกลางและเพิ่มอำนาจของท้องถิ่น โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ในการบริหารจัดการของท้องถิ่น เพื่อที่จะตอบสนองการเรียกร้องและความต้องการของท้องถิ่นได้อย่างรวดเร็วทั่วถึงและตรงกับความเป็นจริงที่ท้องถิ่นต้องการ การเข้ามามีส่วนร่วมในการปกครองส่วนท้องถิ่นของประชาชนในระบบประชาธิปไตยเป็นองค์ประกอบที่สำคัญประการหนึ่งของระบบการเมือง เพราะการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนเท่ากับเป็นการยอมรับระบอบการปกครองของประเทศหลายประเทศ (อำนาจ บุนนิตัน

ไมตรี, 2558-2559, น.27, 30-34) จึงยอมรับว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นสิทธิที่จะละเมิดมิได้ และใช้แทนกันไม่ได้ ส่วนประเทศที่ด้อยและกำลังพัฒนาทางการเมือง เพื่อไปสู่ความเป็นประชาธิปไตยที่สมบูรณ์แบบนั้น นักทฤษฎีและนักวิชาการด้านการพัฒนาการเมืองบางท่านมีความเห็นว่า การเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนเป็นองค์ประกอบสำคัญประการหนึ่งที่จะขาดเสียมิได้ในกระบวนการพัฒนาประเทศโดยเฉพาะในการบริหารการปกครองระดับท้องถิ่น เพื่อที่จะทำให้การบริหารงานของแต่ละท้องถิ่นสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งประชาชนในแต่ละท้องถิ่นย่อมรู้ถึงความต้องการและปัญหาของตนเองได้ดีกว่าบุคคลอื่น ซึ่งมีใช่เป็นคนในท้องถิ่นนั้นๆ การยินยอมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการปกครองท้องถิ่นจึงเท่ากับเป็นการยอมรับว่าความต้องการของประชาชนในแต่ละท้องถิ่นนั้นแตกต่างกันและผู้ที่จะสามารถรู้ถึงความต้องการแตกต่างในความต้องการและสามารถตอบสนองได้ตรงความต้องการก็คือประชาชนในท้องถิ่นนั่นเอง

การปกครองท้องถิ่นในรูปแบบการบริหารเทศบาลตำบลเป็นกิจกรรมหนึ่งที่รัฐบาลกระทำเพื่อช่วยแก้ปัญหาการปกครองในท้องถิ่นที่เรียกว่านโยบายสาธารณะ โดยกำหนดเป็นหลักการหรือกลวิธีที่จะนำไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้และรวมถึงการตัดสินใจเกี่ยวกับเป้าหมายนั้นด้วย ซึ่งจะต้องมีการกำหนดเป็นแผนหรือโครงการมาดำเนินกิจกรรมนั้น จึงจะทำให้เป้าหมายนั้นบรรลุผลอย่างมีประสิทธิภาพ โดยท้องถิ่นต้องมีการวางแผนกำหนดแนวทางของการกระทำในรูปของคณะกรรมการมีสิทธิเสรีภาพในการกำหนดกฎข้อบังคับให้สอดคล้องกับท้องถิ่นเป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการของนโยบายที่มีความสำคัญ (พรจันทร มิตรมุสิก, 2549, น.3) ดังนั้น เพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นได้รับบริการสาธารณะที่ดีขึ้นหรือไม่ต่ำกว่าเดิม มีคุณภาพมาตรฐานการบริการจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความโปร่งใส มีคุณภาพต่อผู้ใช้บริการให้มากขึ้นตามที่กำหนดไว้ในแผนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2543 (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2549) จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาคุณภาพการให้บริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในการพัฒนาและจัดบริการสาธารณะขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อเป็นภาพสะท้อนให้ท้องถิ่นได้ทราบถึงคุณภาพในการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบในการหาแนวทางในการส่งเสริมพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้ดีขึ้นอันจะทำให้ประชาชนในท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์อย่างแท้จริงจากการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของตน (บุญเรือง โพรธีนิล, 2551, น.3)

เทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ในฐานะหน่วยงานซึ่งมีภารกิจหน้าที่รับผิดชอบในการบริการสาธารณะแก่ประชาชน ซึ่งจะต้องให้บริการประชาชนตามอำนาจหน้าที่ ซึ่งปรากฏตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 มาตรา 68 และ 69 (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2562) และยังคงให้บริการประชาชนตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนกระจายอำนาจ พ.ศ.2542 จากหน้าที่ความรับผิดชอบของท้องถิ่นคือการให้บริการสาธารณะประโยชน์ต่างๆเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาล

ตำบลกุดจิก ให้มีความสะดวกสบายมีความเป็นอยู่ที่ดี ดังนั้น เพื่อที่จะทำให้การบริการด้านสาธารณสุขของกองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก มีประสิทธิภาพและเป็นไปตามความต้องการของประชาชนที่มารับบริการอย่างแท้จริง ผู้ศึกษา จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการสาธารณสุขของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการสาธารณสุขของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ และข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาในการให้บริการสาธารณสุขของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ให้มีความเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการสาธารณสุขของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการสาธารณสุขของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้

สมมติฐานของการวิจัย

ประชาชนผู้มารับบริการกองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการของกองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน

กรอบแนวคิด

ผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานของเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา (เทศบาลตำบลกุดจิก, 2558, น.1-3) ได้แก่

- 1) ความสะดวกสบายในการติดต่อ
- 2) ความสามารถในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่
- 3) ความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่
- 4) ความเสมอภาคในการให้บริการ
- 5) ความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่
- 6) ความตอบสนองที่รวดเร็วในการปฏิบัติงาน
- 7) เครื่องมือ อุปกรณ์ เครื่องใช้
- 8) ความสำเร็จหลังจากให้บริการปรับปรุงซ่อมแซม/ปรับเกรดถนน

- 9) ความสำเร็จหลังจากให้บริการชุดลอกลำนน้ำลำห้วยสาธารณะ
- 10) ความสำเร็จหลังจากให้บริการไฟฟ้า
- 11) ความสำเร็จหลังจากให้บริการประปา

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรได้แก่หัวหน้าครัวเรือนหรือตัวแทนหัวหน้าครัวเรือนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 3,360 คนจากครัวเรือน 3,360 ครัวเรือน (สำนักบริหารงานทะเบียนอำเภอสูงเนิน, 2556, น.1)

1.2 กลุ่มตัวอย่างได้แก่หัวหน้าครัวเรือนหรือตัวแทนหัวหน้าครัวเรือนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่เทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 357 คน โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของทาร์ยามาเน่ จากนั้นทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 การสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.1.1 หลังจากผู้ศึกษาได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ต้องการศึกษาแล้ว ผู้ศึกษาได้นำเอากรอบแนวคิดของ มาตรฐานการศึกษาด้านโครงสร้างขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย มาใช้เป็นกรอบในการสร้างแบบสอบถาม

2.1.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อพิจารณาเนื้อหา รูปแบบและการใช้ภาษาแล้วนำกลับมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

2.1.3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา นำเสนอต่อผู้มีประสบการณ์ด้านการศึกษาค้นคว้าอิสระจำนวน 3 ด้าน คือ ด้านโครงสร้างและเนื้อหา, ด้านสถิติและการวัดผล, ด้านภาษา

2.1.4 นำผลการพิจารณาตรวจสอบของผู้มีประสบการณ์ด้านการศึกษาค้นคว้าอิสระ มาหาความตรงเชิงเนื้อหาและความชัดเจนในภาษา โดยได้ค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.67 ทุกข้อ

2.1.5 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้ว ไปทดลองใช้ (Try –Out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ที่เทศบาลตำบลกุดจิก

2.1.6 นำแบบสอบถามที่ได้จากข้อ 2.1.5 นำมาหาคุณภาพของแบบสอบถามด้วยการหาค่าอำนาจจำแนกเป็นรายข้อ โดยวิธีสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายระหว่างรายข้อกับทั้งหมด (Item –total Correlation) โดยมีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ 0.261 -0.821และทดสอบความเชื่อมั่น

ของแบบสอบถามเป็นรายด้าน และทั้งฉบับ (Reliability) โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ ครอนบาค (Cronbach) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ 0.953

2.1.7 จัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาจากการได้ทบทวนวรรณกรรมผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยผ่านการตรวจสอบแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญงานท้องถิ่นวัตถุประสงค์และประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งผู้ศึกษาได้สร้างและพัฒนาขึ้นแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) จำนวน 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา เป็นแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และ น้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสาธารณะของกองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา เป็นแบบปลายเปิด (Open-ended)

4. การเก็บรวบรวมและการวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

4.1 ขอหนังสือจากคณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนครราชสีมา ถึงนายกเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษา

4.2 จัดเตรียมแบบสอบถามสำหรับกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวนทั้งสิ้น 357 ชุด

4.3 ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 357 ฉบับนำไปหมู่บ้านในเขตเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา เป็นเวลา 2 สัปดาห์ จึงจะเดินทางไปเก็บแบบสอบถามดังกล่าวคืน

5. การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การจัดการกระทำกับข้อมูล

5.1.1 นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาตรวจความสมบูรณ์ และความถูกต้อง จัดหมวดหมู่และบันทึกข้อมูลและบันทึกคะแนนลงในแบบรหัส (Coding Form)

5.1.2 นำแบบสอบถามที่ลงรหัสแล้วให้คะแนนการตอบแต่ละข้อ

5.1.3 นำคะแนนที่ได้จากข้อ 5.1.2 มาหาค่าเฉลี่ย

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ได้นำหลักสถิติประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ โปรแกรมสำเร็จรูปดังนี้

5.2.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างเป็นแบบสำรวจรายการ (Check List) ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

5.2.2 วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสาธารณะของเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางควบคุมการบรรยายผลการศึกษา

5.2.3 วิเคราะห์เปรียบเทียบและทดสอบสมมุติฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสาธารณะของกองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ใช้การทดสอบด้วย t -test และ F -test (One -way ANOVA)

5.2.4 เมื่อทำการทดสอบสมมุติฐานแล้ว พบว่า ผลการทดสอบมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีของ LSD. (Least Significant Difference)

5.2.5 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสาธารณะของกองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาโดยการสรุปประเด็นนำมาแจกแจงความถี่ในแต่ละประเด็นแล้วนำเสนอด้วยการพรรณนาความ

6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

6.1 สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

6.1.1 การหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยวิธีการ IOC (Index of Item Objective Congruence)

6.1.2 การหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามใช้สัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha – coefficient) ตามวิธีการของ ครอนบาค (Cronbach)

6.1.3 การหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามใช้ Item – total Correlation

6.2 สถิติพื้นฐานได้แก่ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

6.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมุติฐานได้แก่ t -test และ F –test (One-way ANOVA)

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเครื่องมือคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างในเขตเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 67.2) ซึ่งมีอายุระหว่าง 41-50 ปี (ร้อยละ 29.7) มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 48.7) ประกอบอาชีพเกษตรกร (ร้อยละ 59.7) และมีรายได้ 5,001 – 10,000 ปี (ร้อยละ 40.3)

2. ผลการวิเคราะห์ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยรวม รายด้าน และเป็นรายข้อผลปรากฏดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมและรายด้าน

คุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่ กองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก	\bar{X}	S.D.	แปลผล	อันดับ ที่
1. ด้านความสะดวกในการติดต่อ	3.42	0.39	ปานกลาง	7
2. ด้านความสามารถในการปฏิบัติงานของ เจ้าหน้าที่	3.41	0.38	ปานกลาง	9
3. ด้านความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานของ เจ้าหน้าที่	3.44	0.44	ปานกลาง	4
4. ด้านความเสมอภาคในการให้บริการ	3.33	0.55	ปานกลาง	11
5. ด้านความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่	3.48	0.38	ปานกลาง	3
6. ด้านการตอบสนองที่รวดเร็วในการปฏิบัติงาน	3.43	0.42	ปานกลาง	6
7. ด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ เครื่องใช้	3.50	0.42	ปานกลาง	1
8. ด้านความสำเร็จหลังจากให้บริการปรับปรุง ซ่อมแซม/ปรับเกรดถนนของกองช่าง	3.49	0.37	ปานกลาง	2
9. ด้านความสำเร็จหลังจากการให้บริการขุดลอก ลำน้ำลำห้วยสาธารณะของกองช่าง	3.42	0.29	ปานกลาง	8
10. ด้านความสำเร็จหลังจากการให้บริการด้าน ไฟฟ้าของสาธารณะ	3.44	0.38	ปานกลาง	5
11. ด้านความสำเร็จหลังจากให้บริการประปา	3.39	0.46	ปานกลาง	10
โดยรวม	3.44	0.23	ปานกลาง	

จากตารางที่ 1 พบว่า ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา มีความคิดเห็นว่าคุณภาพการให้บริการสาธารณะของกองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.44) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย คือ ด้านเครื่องมืออุปกรณ์ เครื่องใช้ (ค่าเฉลี่ย = 3.50) ด้านความสำเร็จหลังจากให้บริการปรับปรุงซ่อมแซม/ปรับเกรดถนนของกองช่าง (ค่าเฉลี่ย = 3.49) ด้านความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย = 3.48) ด้านความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย = 3.44) ด้านความสำเร็จหลังจากการให้บริการด้านไฟฟ้าของสาธารณะ (ค่าเฉลี่ย = 3.42) ด้านการตอบสนองที่รวดเร็วในการปฏิบัติงาน (ค่าเฉลี่ย = 3.43) ด้านความสะดวกในการติดต่อ (ค่าเฉลี่ย = 3.42) ด้านความสำเร็จหลังจากการให้บริการขุดลอกลำน้ำลำห้วยสาธารณะของกองช่าง (ค่าเฉลี่ย = 3.42) ด้านความสามารถในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ (ค่าเฉลี่ย = 3.41) ด้านความสำเร็จหลังจากให้บริการประปา (ค่าเฉลี่ย = 3.39) และด้านความเสมอภาคในการให้บริการ (ค่าเฉลี่ย = 3.33) ตามลำดับ และเมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า

2.1 ด้านความสะดวกในการติดต่อโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย = 3.42 เมื่อจำแนกเป็นรายข้ออยู่ในระดับปานกลางทุกข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือกองช่างมีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอเช่นที่จอดรถห้องน้ำที่นั่งคอยรับบริการ มีค่าเฉลี่ย = 3.45 สถานที่ตั้งของกองช่างมีความสะดวกสบายในการเดินทางมาใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย = 3.44 และสถานที่ของกองช่างมีความสะดวกสบายต่อการใช้บริการมีค่าเฉลี่ย = 3.38

2.2 ด้านความสามารถในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย = 3.49 เมื่อจำแนกเป็นรายข้ออยู่ในระดับปานกลางทุกข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือเจ้าหน้าที่กองช่างสามารถใช้เครื่องมืออุปกรณ์เครื่องจักรกลในการทำงานได้ด้วยความชำนาญ มีค่าเฉลี่ย = 3.49 เจ้าหน้าที่กองช่างสามารถแก้ไขข้อขัดข้องของเครื่องมือเครื่องจักรกลในขณะที่ทำงานได้ดี มีค่าเฉลี่ย = 3.40 และเจ้าหน้าที่กองช่างมีความรู้ความสามารถในการให้บริการที่ดีเช่นการตอบคำถามให้คำแนะนำ มีค่าเฉลี่ย = 3.34

2.3 ด้านความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย = 3.44 เมื่อจำแนกเป็นรายข้ออยู่ในระดับปานกลางทุกข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือเจ้าหน้าที่กองช่างปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริตเช่นไม่หาผลประโยชน์ มีค่าเฉลี่ย = 3.46 เจ้าหน้าที่กองช่างปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม มีค่าเฉลี่ย = 3.41

2.4 ด้านความเสมอภาคในการให้บริการโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย = 3.33 เมื่อจำแนกเป็นรายข้ออยู่ในระดับปานกลางทุกข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือเจ้าหน้าที่กองช่างให้บริการกับคนเหมือนกันทุกรายโดยไม่เลือกปฏิบัติ มีค่าเฉลี่ย = 3.34 เจ้าหน้าที่กองช่างปฏิบัติงานด้วยความเป็นธรรมของขั้นตอนวิธีการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย = 3.33 (เรียงลำดับก่อน-หลังด้วยความเสมอภาคเท่ากัน)

2.5 ด้านความเป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย = 3.48 เมื่อจำแนกเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก 1 ข้อ และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือเจ้าหน้าที่กองช่างแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีค่าเฉลี่ย = 3.55 เจ้าหน้าที่กองช่างมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีต่อผู้ใช้บริการ มีค่าเฉลี่ย = 3.49 และเจ้าหน้าที่กองช่างมีความยิ้มแย้มเอาใจใส่ในการให้บริการ มีค่าเฉลี่ย = 3.41

2.6 ด้านการตอบสนองที่รวดเร็วในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย = 3.43 เมื่อจำแนกเป็นรายข้ออยู่ในระดับปานกลางทุกข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือกองช่างให้บริการที่ตรงความต้องการและถูกต้อง มีค่าเฉลี่ย = 3.48 กองช่างให้บริการด้วยความสะดวกรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ย = 3.42 และเจ้าหน้าที่กองช่างให้บริการอย่างเพียงพอ มีค่าเฉลี่ย = 3.39

2.7 ด้านเครื่องมืออุปกรณ์เครื่องใช้โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย = 3.50 เมื่อจำแนกเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก 2 ข้อและอยู่ในระดับปานกลาง 1 ข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือกองช่างมีเครื่องมืออุปกรณ์เครื่องใช้ที่มีคุณภาพและทันสมัย มีค่าเฉลี่ย = 3.53 กองช่างมีการควบคุมดูแลเครื่องจักรกลเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆไม่รบกวนต่อชุมชนเช่นเสียงกลิ่นฝุ่นละออง มีค่าเฉลี่ย = 3.52 และกองช่างมีเครื่องมืออุปกรณ์เครื่องใช้อย่างเพียงพอเช่นเครื่องจักรกล รถยนต์ ฯลฯ มีค่าเฉลี่ย = 3.47

2.8 ด้านความสำเร็จหลังจากให้บริการปรับปรุงซ่อมแซม/ปรับเกรดถนนของกองช่างโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย = 3.49 เมื่อจำแนกเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก 1 ข้อและอยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ มีความสะดวกในการขนส่งสินค้าทางการเกษตร มีค่าเฉลี่ย = 3.51 มีความสะดวกในการใช้เส้นทางจราจร มีค่าเฉลี่ย = 3.49 และช่วยลดอันตรายจากการใช้เส้นทางจราจรมีค่าเฉลี่ย = 3.47

2.9 ด้านความสำเร็จหลังจากการให้บริการขุดลอกลำน้ำลำห้วยสาธารณะของกองช่างโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย = 3.49 เมื่อจำแนกเป็นรายข้ออยู่ในระดับมาก 1 ข้อและอยู่ในระดับปานกลาง 2 ข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือมีช่องทางระบายน้ำในฤดูฝน มีค่าเฉลี่ย = 3.51 เป็นแหล่งกักเก็บน้ำไว้ใช้ในฤดูแล้ง มีค่าเฉลี่ย = 3.49 และช่วยลดการสูญเสียพืชผลทางการเกษตรเนื่องจากขาดแคลนน้ำ มีค่าเฉลี่ย = 3.47

2.10 ด้านความสำเร็จหลังจากการให้บริการด้านไฟฟ้า ของสาธารณะ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย = 3.44 เมื่อจำแนกเป็นรายข้ออยู่ในระดับทุกข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือช่วยลดปัญหาสังคมเช่นยาเสพติดการจับกลุ่มของวัยรุ่น มีค่าเฉลี่ย = 3.49 มีความสะดวกจากการใช้ไฟฟ้า มีค่าเฉลี่ย = 3.45 และมีการขยายเขตไฟฟ้าสาธารณะอย่างทั่วถึง มีค่าเฉลี่ย = 3.39

2.11 ด้านความสำเร็จหลังจากให้บริการประปา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย = 3.39 เมื่อจำแนกเป็นรายข้ออยู่ในระดับปานกลางทุกข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือมี

น้ำประปาใช้ทุกหลังคาเรือน มีค่าเฉลี่ย = 3.42 และไม่ขาดแคลนน้ำสะอาดใช้ในการอุปโภคบริโภค มีค่าเฉลี่ย = 3.37

3. เปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ เมื่อจำแนกตามลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า

3.1 ประชาชนผู้รับบริการในเขตเทศบาลกุดจิก จำแนกตามเพศ พบว่า คุณภาพการให้บริการสาธารณะของกองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยประชาชนผู้รับบริการในเขตเทศบาลกุดจิก ที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการให้บริการสาธารณะของกองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ทั้งโดยรวมและรายด้านทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

3.2 ประชาชนในเขตเทศบาลกุดจิก จำแนกตามอายุ พบว่า คุณภาพการให้บริการสาธารณะของกองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการให้บริการสาธารณะของกองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมและรายด้านทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

3.3 ประชาชนในเขตเทศบาลกุดจิก จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า คุณภาพการให้บริการสาธารณะของกองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยประชาชนในเขตเทศบาลกุดจิก ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นว่าคุณภาพการให้บริการสาธารณะของกองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมและรายด้านทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

3.4 ประชาชนในเขตเทศบาลกุดจิก จำแนกตามอาชีพ พบว่า คุณภาพการให้บริการสาธารณะของกองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา เมื่อแยกเป็นอาชีพ โดยประชาชนในเขตเทศบาลกุดจิก ที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นว่าคุณภาพการให้บริการสาธารณะของกองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมและรายด้านทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

3.5 ประชาชนในเขตเทศบาลกุดจิก จำแนกตามรายได้เห็นว่าคุณภาพการให้บริการสาธารณะของกองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยเมื่อแยกเป็นรายได้ โดยประชาชนในเขตเทศบาลกุดจิก ที่มีรายได้ต่างกันมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการให้บริการสาธารณะของกองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมและรายด้านทุกด้าน ไม่แตกต่างกัน

สรุปได้ว่า ประชาชนมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ที่มี เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้

ต่างกัน ต่างมีความคิดเห็นว่าคุณภาพการให้บริการสาธารณะของกองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ทั้งโดยรวมและรายด้าน ทุกด้านไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อคุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. คุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา จากการศึกษาประชาชนในเขตเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา มีความคิดเห็นว่าคุณภาพการให้บริการสาธารณะของกองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัย ของ วีระชัย แสงทองอร่าม (2553, บทคัดย่อ) ได้ศึกษาแนวทางการปรับปรุงการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลเวียงใต้ อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ผลการศึกษาพบว่าประชาชนมีความเห็นว่าคุณภาพรวมในการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลเวียงใต้ อยู่ในระดับปานกลางเช่นกัน ซึ่งผลการศึกษาเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่าการให้บริการด้านสาธารณูปโภคของเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ประชาชนยังเห็นว่าคุณภาพยังอยู่ในขั้นที่คุณภาพยังอยู่ในขั้นที่ต้องมีการปรับปรุง และพัฒนางานบริการสาธารณะยังไม่ทั่วถึงความต้องการของคนในชุมชนเท่าที่ควร อาจเนื่องมาจากการขาดแคลนในด้านงบประมาณเพราะงบประมาณมีอย่างจำกัด แต่ปัญหาและความต้องการของประชาชนยังต้องรอการแก้ไข ซึ่งจากผลการศึกษากการให้บริการสาธารณะของเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ยังต้องมีการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสาธารณะให้กับประชาชนในพื้นที่เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนต่อไป

2. เปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ จากการศึกษาพบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ที่มี เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่างกัน พบว่า ทั้งโดยรวมและรายด้านประชาชนมีความคิดเห็นที่ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัย ของ ขวัญกมล ธณีนหงส์ (2562, น.43) ได้ศึกษาคุณภาพการให้บริการตลาดประชารัฐ องค์การบริหารส่วนตำบลเมืองไผ่ อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์ จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการบริการสาธารณะให้แก่ประชาชนผู้รับบริการจากเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา มีการให้บริการอย่างทั่วถึงทุกหมู่บ้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาในด้านสาธารณูปโภค แต่เนื่องจากงบประมาณที่มีอย่างจำกัด จึงยังไม่

สามารถจัดทำโครงการพัฒนาในแต่ละหมู่บ้านครบถ้วน แต่อย่างไรก็ตามประชาชนที่มี เพศอายุ ระดับ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ต่างกันต่างมีความคิดเห็นต่อคุณภาพการให้บริการสาธารณะของ กอง ช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ประโยชน์

1.1 คุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่กองช่างเทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูง เนิน จังหวัดนครราชสีมา ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความเสมอภาคในการให้บริการเมื่อ พิจารณาข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เจ้าหน้าที่กองช่างปฏิบัติงานด้วยความเป็นธรรมของขั้นตอนวิธีการ ให้บริการ (เรียงลำดับก่อน-หลังด้วยความเสมอภาคกัน) ดังนั้น เทศบาลตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ควรหาวิธีการในการให้บริการเพื่อให้ประชาชนผู้มาติดต่อราชการได้รับความ สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น อาทิ เช่น การจัดลำดับบัตรคิว เป็นต้น

1.2 ด้านการตอบสนองที่รวดเร็วในการปฏิบัติงาน ควรจัดเจ้าหน้าที่กองช่างเพื่อให้บริการ ประชาชนอย่างเพียงพอ

1.3 ด้านความสำเร็จหลังจากให้บริการประจำ ควรจัดหารถน้ำบริการน้ำสะอาดเพื่อ บริการประชาชนในช่วงฤดูแล้งในการอุปโภคบริโภคอย่างเพียงพอ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการสาธารณะของเจ้าหน้าที่ในส่วนงาน อื่นๆ เพื่อหาคุณภาพการบริการที่ดีที่สุด

2.2 ควรมีการศึกษาและติดตามผลการปรับปรุงคุณภาพการให้บริการสาธารณะของ เจ้าหน้าที่ในส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในองค์กรต่างๆ ของรัฐต่อไป

บรรณานุกรม

ขวัญกมล ะณีหงษ์. (2562). **คุณภาพการให้บริการของตลาดประชารัฐองค์การบริหารส่วนตำบล เมืองไผ่อำเภอหนองกี่ จังหวัดบุรีรัมย์**. การศึกษาค้นคว้าอิสระ, หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ. นครราชสีมา: วิทยาลัยนครราชสีมา.

ภัทรพล บัญชาจารุรัตน์. (2557). **แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่น เทศบาลตำบลกุดจิก พ.ศ. 2558-2562**. ประกาศเทศบาลตำบลกุดจิก ณ วันที่ 3 มีนาคม พ.ศ.2557.

บุญเรือง โพธิ์นิล. (2551). **คุณภาพการให้บริการสาธารณะของกองช่าง องค์การบริหารส่วนจังหวัด เชียงใหม่**. การศึกษาค้นคว้าอิสระ (รป.ม.). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- พรจันทร์ มิตรมุสิก. (2549). การให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลแม่เจดีย์ใหม่ อำเภอเวียงป่าเป้า จังหวัดเชียงราย. การศึกษาค้นคว้าอิสระ (รป.ม.). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วีระชัย แสงทองอร่าม. (2553). แนวทางการปรับปรุงการให้บริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนตำบลเวียงใต้ อำเภอป่าฝาง จังหวัดแม่ฮ่องสอน. การศึกษาค้นคว้าอิสระ (รป.ม.). เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2549). พระราชบัญญัติกำหนดแผนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2543, ตามกฎหมายกำหนดแผนและขั้นตอน การกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542. (ปรับปรุง 2549).
- _____. (2562). พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ.2537 (และแก้ไขเพิ่มเติมจนถึง ฉบับที่ 5 พ.ศ.2546). มาตรา 68 และ มาตรา 69.
- สำนักบริหารงานทะเบียนอำเภอสูงเนิน. (2556). ข้อมูลทะเบียนราษฎร. สำนักบริหารงานทะเบียน อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา.
- อำนาจ บุญรัตน์ไมตรี. (2558-2559). แนวคิดการจัดทำบริการสาธารณะของรัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. วารสารการเมืองการปกครอง, 6(1). (กันยายน 2558 - กุมภาพันธ์ 2559).

การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของประชาชน
ในเขตเทศบาล อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี

A Comparison of Factors Affecting Consumption of Vegetarian Food
In the Muak Lek Municipality Area, Muaklek, Saraburi

นงลักษณ์ เหมทอง¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัต (2) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัต (3) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของประชาชนในเขตเทศบาล อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุดในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบค่า t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 - 30 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาไม่ได้เรียนหนังสือและมัธยมหรือเทียบเท่าจำนวนเท่ากัน มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตพบว่าค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก 1) ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัต ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้านมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัต ผู้บริโภคที่มีสถานะภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันปัจจัยส่วนประสมการตลาดไม่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัต 2) ผลจากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจที่จะบริโภคอาหารมังสวิรัตในระดับปานกลาง บริโภคเพื่อสุขภาพที่ดี บุคคลที่มีอิทธิพลทำให้อยากบริโภคอาหารมังสวิรัตคือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง บริโภคอาหารมังสวิรัตในมื้อเย็นบ่อยที่สุด โดยบริโภค 2-3 วันต่อสัปดาห์ โอกาสที่จะบริโภคอาหารมังสวิรัตนั้นไม่แน่นอน จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีจำนวนมากกว่า 3 คน สมาชิกที่บริโภคอาหารมังสวิรัตมี 1 คน คือ ผู้ตอบแบบสอบถามเอง

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก E-Mail: nongluk@apiu.edu

เลือกบริโภคอาหารมังสวิรัตินิประเภทไม่บริโภคเนื้อสัตว์แต่บริโภคไข่และนม จำนวนเงินที่ใช้ในการเลือกซื้อต่อครั้ง 101-300 บาท โดยการซื้อวัตถุดิบมาปรุงเองที่บ้าน

คำสำคัญ: พฤติกรรมการบริโภค, อาหารมังสวิวัติ, ปัจจัยส่วนประสมการตลาด

Abstract

The objectives of this research were to 1) study the factors affecting a vegetarian diet; 2) compare all 7 aspects of the marketing mix with personal factors affecting a vegetarian diet; 3) study the vegetarian eating behavior of people in Muak Lek Municipality, Muak Lek District, Saraburi Province. The data was collected from 400 respondents who filled out a survey questionnaire. The statistical tools used in the study were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and One-way ANOVA.

The results revealed that most of the respondents were female, single, 21-30 years old, had a high school education or less, worked as hired laborers / employees at private companies, and had average monthly incomes of less than 10,000 Baht. The overall average results of the marketing mix factors affecting the vegetarian diet were at a high level. 1) a comparison of marketing mix factors affecting vegetarian eating behavior, found that for consumers of different ages, process marketing mix factors had different effects on vegetarian eating behavior. For consumers with different educational levels, all 7 marketing mix factors had a significant effect on the vegetarian food consumption behavior. Though marital status, occupation, and monthly income for all 7 aspects do not affected vegetarian eating behavior. 2) the results of this study of vegetarian eating behavior found that respondents were interested in consuming vegetarian food at a moderate level. The consumption objective was for good health. The desires of respondents themselves exerted the most influence on their vegetarian food consumption behavior. They consume vegetarian food most often at dinner, and about 2-3 days a week. Their opportunities to consume vegetarian food are irregular, the average number of family members is more than 3 people, and the respondent is the member who consumes vegetarian food. They tend to be ovo-lacto vegetarians who do not eat meat, but consume eggs and milk. The amount of money spent on a shopping trip is 101-300 Baht, and they buy raw ingredients to cook at home.

Keywords: Consumer behavior, vegetarian food, marketing mix factors.

บทนำ

อาหารเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่มีส่วนสำคัญช่วยให้ร่างกายมีความแข็งแรง มีสุขภาพที่ดี อีกทั้งยังช่วยป้องกันและต้านทานโรคได้อีกด้วย อาหารที่เรารับประทานเข้าไปแล้วร่างกายจะนำไปใช้เพื่อการทำหน้าที่อย่างสมดุลและสม่ำเสมอของอวัยวะที่สำคัญต่างๆ นอกจากนี้ยังนำไปใช้เพื่อเสริมสร้างการเจริญเติบโตให้แก่ร่างกาย ซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอ เมื่อรับประทานอาหารเข้าไปแล้วร่างกายจะเผาผลาญทำให้เกิดพลังงาน ส่วนอาหารจำพวกวิตามิน เกลือแร่ และน้ำ จะเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในการทำให้งจรการทำงานของส่วนต่างๆ ในร่างกายดำเนินต่อไปได้อย่างเป็นปกติ ดังนั้นถ้าเราอยากมีสุขภาพที่ดี ควรจะต้องใส่ใจเรียนรู้ และปฏิบัติตามวิธีการรับประทานอาหารให้ถูกต้องตามหลักโภชนาการ พฤติกรรมการบริโภคของมนุษย์แต่ละคนนั้นจะมีความแตกต่างกันออกไป การที่คนเราประสบกับปัญหาโรคภัยไข้เจ็บเพิ่มมากขึ้น ส่วนหนึ่งเกิดจากการบริโภคอาหารฟาสต์ฟู้ดที่อุดมไปด้วยไขมันอิ่มตัว โปรตีนและน้ำตาลในปริมาณที่มากเกินไปเกินความต้องการของร่างกาย ขาดการออกกำลังกาย ความเครียดสะสม ปัญหาเศรษฐกิจ และครอบครัว รวมไปถึงอันตรายจากความไม่ปลอดภัยของอาหารที่มีต่อผู้บริโภค อาหารที่มีสิ่งปนเปื้อน ก่อนที่อาหารจะถึงผู้บริโภคก็มีกระบวนการต่างๆ ที่เสี่ยงต่อความปลอดภัย เริ่มตั้งแต่กระบวนการผลิตที่มีการใช้สารเคมีหรือสารพิษในปริมาณมาก การเก็บรักษาและกระบวนการในการขนส่ง การแปรรูปอาหารที่ใช้สารเคมีมากเกินไปที่กฎหมายกำหนด การปรุงอาหารที่ไม่ถูกสุขลักษณะ กระบวนการบริการที่ยังคงมีความเสี่ยงเกิดขึ้น ปัญหาเหล่านี้จะส่งผลให้เกิดการปนเปื้อนของสารพิษในอาหารตามมา โดยเฉพาะในเนื้อสัตว์ สารพิษเหล่านี้ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพของเราโดยตรง ทำให้เกิดโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ มากมายตามมา ดังนั้นกลุ่มคนบางกลุ่มจึงหันมาบริโภคอาหารประเภทพืชผัก ผลไม้ ธัญพืชทดแทนเนื้อสัตว์ เพราะมีการปนเปื้อนของสารพิษน้อยกว่า ซึ่งเรียกคนกลุ่มนี้ว่า “นักมังสวิรัต” เมื่อวิเคราะห์ถึงกลุ่มผู้บริโภคอาหารมังสวิรัตแล้วพบว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมของคนที่ยังหันมาบริโภคอาหารมังสวิรัตมากขึ้นตามโอกาสและไม่จำกัดอยู่เฉพาะในช่วงเทศกาลกินเจเท่านั้น สาเหตุที่ทำให้หลายคนหันมาบริโภคอาหารมังสวิรัตมีปัจจัยหลายด้าน เช่น บริโภคเพื่อสุขภาพ เพื่อบรรเทาหรือรักษาโรค ตามกระแสนิยม เกี่ยวข้องกับด้านจิตใจคือไม่เบียดเบียนสัตว์ซึ่งมาจากความเชื่อทางศาสนา อาหารมังสวิรัต ได้แก่ (1) มังสวิรัตประเภทเคร่งครัด เป็นมังสวิรัตที่กินอาหารจำพวกพืชผักผลไม้เพียงอย่างเดียว ไม่มีอาหารจำพวกเนื้อสัตว์ ไข่ นม หรือ ผลิตภัณฑ์จากไข่และนม เป็นส่วนประกอบของอาหาร (2) มังสวิรัตประเภทที่มีการดื่มนม เป็นมังสวิรัตที่จะมีนมและผลิตภัณฑ์ของนมนอกเหนือจากพืชผักผลไม้ แต่ไม่มีเนื้อสัตว์และไข่เป็นส่วนประกอบของอาหาร (3) มังสวิรัตประเภทดื่มนมและกินไข่ อาหารมังสวิรัตประเภทนี้มีไข่ นม และผลิตภัณฑ์ของนม นอกเหนือจากอาหารจากพืช แต่ไม่มีเนื้อสัตว์เลย (อุตสาหกรรมพัฒนา มูลนิธิเพื่อสถาบันอาหาร, 2562)

ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกร ระบุว่า ตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพในประเทศไทย นับจากปี 2551 มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแบ่งได้ตามอายุของผู้บริโภค กำลังซื้อ 50% มาจากผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 15-50 ปี รองลงมากำลังซื้อ 30% มาจากผู้บริโภคที่มีอายุมากกว่า 50 ปี และกำลังซื้อ 20% มาจากผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 15 ปี (นัยนา สุทิน, 2555)

สำนักงานสถิติแห่งชาติพบว่า สัดส่วนของคนไทยที่ไม่ทานเนื้อสัตว์เพิ่มขึ้นจาก 4% ในปี 2013 เป็น 12% ในปี 2017 ของประชากรไทยที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไป ร้านอาหารทางเลือกสำหรับผู้ไม่ทานเนื้อสัตว์กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง เมื่อดูข้อมูลจาก Google Trends พบว่า ปี 2014 – 2019 มีการค้นหาร้านอาหารมังสวิรัติน่าสนใจสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะในช่วงปีใหม่ของทุกปีจะได้รับความสนใจเป็นพิเศษ โดยจังหวัดที่มีการค้นหาบน Google สูงสุด 5 จังหวัดคือ กระบี่, ภูเก็ต, เชียงใหม่, สุราษฎร์ธานี และกรุงเทพฯ ผู้ประกอบการร้านอาหารจึงควรจับตาและใส่ใจกับกระแสความเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ (Marketing Oops, 2562)

จากแนวโน้มกระแสของการใส่ใจดูแลสุขภาพ การเลือกปฏิบัติเพื่อการดูแลสุขภาพของตนเอง โดยวิธีการเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมาบริโภคมากยิ่งขึ้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัติน่าสนใจของประชาชนในเขตเทศบาลอำเภอแมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรีในด้านต่างๆ 7 ด้านคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ เพื่อนำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการขยายตลาดและธุรกิจอาหารมังสวิรัติน่าสนใจให้ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารมังสวิรัติน่าสนใจที่เกี่ยวข้องสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ การแก้ไข ปรับปรุงพัฒนา และวางแผนกลยุทธ์การตลาดให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัติน่าสนใจของประชาชนในเขตเทศบาล อำเภอแมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัติน่าสนใจของประชาชนในเขตเทศบาล อำเภอแมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัติน่าสนใจของประชาชนในเขตเทศบาล อำเภอแมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี

สมมติฐานการวิจัย

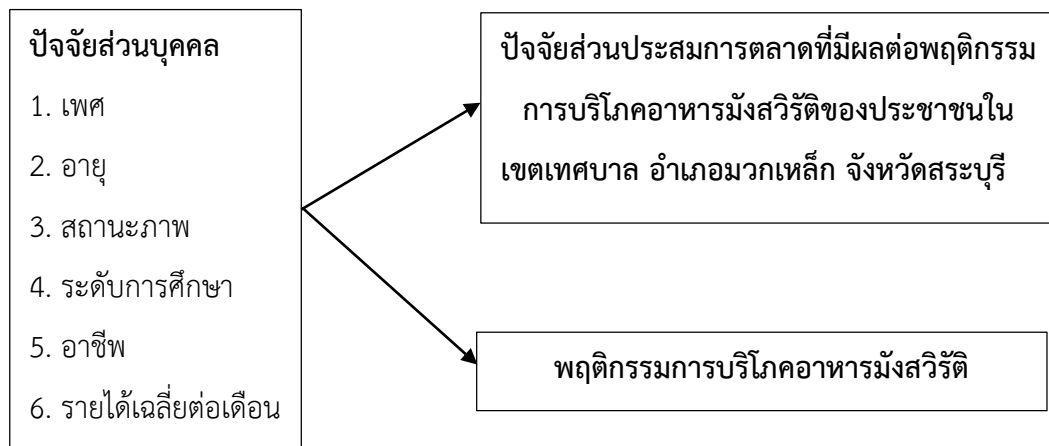
1. ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัติน่าสนใจของประชาชนในเขตเทศบาล อำเภอแมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี

2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัติของประชาชนในเขตเทศบาล อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี

ขอบเขตการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือประชาชนในเขตเทศบาล อำเภอ มวกเหล็ก จังหวัดสระบุรีจำนวน 7,010 คน (เทศบาลตำบลมวกเหล็ก, 2562) ระยะเวลาในการศึกษา ระหว่างเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัติของประชาชนในเขตเทศบาล อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความหมายของอาหารมังสวิรัติ

อาหารมังสวิรัติ หมายถึง อาหารที่ปราศจากเนื้อสัตว์ทุกชนิด คำว่า “มังสวิรัติ” มาจากคำว่า มังส หรือ มังสา แปลว่า เนื้อ และคำว่า วิรัติ แปลว่า การยกเว้น การปราศจาก หรือการไม่ยินดี ฉะนั้น มังสวิรัติ จึงแปลว่า การงดเว้นเนื้อสัตว์ หรือ การปราศจากเนื้อ หรือ การไม่ยินดีในเนื้อสัตว์ คำว่า มังสวิรัติ ในภาษาอังกฤษ คือ vegetarian มีรากศัพท์มาจากภาษาลาติน คือ vegetare, vegetus, vegetables ซึ่งแปลว่า สมบูรณ์ ดีพร้อม สดชื่น เบิกบาน (healthcarea.com) คำว่า "มังสวิรัติ" มาจากคำว่า มังสะ แปลว่าเนื้อสัตว์ วิรัติ แปลว่า การงดเว้น มังสวิรัติจึงแปลว่า การงดเว้นเนื้อสัตว์ ซึ่งหมายถึงการไม่รับประทานเนื้อสัตว์ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า เวเจเทเรียนนิซึม (Vegetarianism) มีรากศัพท์มาจากภาษาลาตินคือ เวเจตัส (Vegetus) แปลว่า สมบูรณ์ดีพร้อม สดชื่น เบิกบาน หรือมี

ความหมายว่า ผู้ซึ่งละเว้นจากการนำสัตว์ทุกชนิดมาเป็นอาหาร ทั้งนี้อาจรวมหรือไม่รวมถึงไข่และผลิตภัณฑ์จากนม (พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลศัพท์, 2559) พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ได้ให้ความหมายของ มังสวิรัต ว่าหมายถึง การงดเว้นการกินเนื้อสัตว์ เรียกว่าอาหารที่ไม่มีเนื้อสัตว์ มีแต่พืชผัก

2. แนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

นัยนา สุทิน (2555, หน้า 11) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของผู้บริโภค ในลำดับสุดท้ายที่เกี่ยวข้องกับการเลือก การซื้อ การใช้สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการ และความจำเป็นของผู้บริโภคแต่ละคนในช่วงเวลาหนึ่ง พฤติกรรมผู้บริโภคจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นในการศึกษาพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคจะต้องทำอย่างสม่ำเสมอเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการมีความเข้าใจลูกค้ามากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อธุรกิจการค้าและบริการ ข้อดีของการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคจะช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ช่วยในการวางแผนกลยุทธ์เพื่อปรับเปลี่ยนหรือเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อ กระตุ้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ตลอดจนการพัฒนาองค์กรธุรกิจและกลยุทธ์ในการดำเนินกิจการอยู่สม่ำเสมอ ช่วยเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดได้มากขึ้น ทำให้มีผลต่อยอดขายที่มากขึ้นด้วย ช่วยเพิ่มความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เกิดความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคสามารถวิเคราะห์ได้จาก กลุ่มเป้าหมาย โดยสามารถแบ่งกลุ่มเป้าหมายออกได้ตามลักษณะต่างๆ เช่น เพศ, ช่วงอายุ, อาชีพ, รายได้, ถิ่นที่อยู่, การศึกษา, ความเชื่อ ศึกษาว่าผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร เช่น รูปลักษณ์ คุณสมบัติ บริการเสริม ศึกษาว่าทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ เป็นการศึกษาถึงวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าและบริการ เช่น ซื้อเพราะความจำเป็น ซื้อเพราะมีคุณค่าทางจิตใจ หรือซื้อเพราะปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรมที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ศึกษาในส่วนของผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ เป็นการวิเคราะห์ถึงบทบาทของบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ รวมถึงศึกษาว่า ผู้บริโภคจะซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหน ซื้ออย่างไรอีกด้วย

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด

Philip Kotler, (2012) ได้วางแนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจการค้าให้บริการ โดยใช้ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) มาเป็นตัวกำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งประกอบด้วย

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คือ สิ่งที่ผู้ขายมอบให้แก่ผู้ซื้อเพื่อตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ซื้อ การกำหนดกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ได้แก่ ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Product Positioning) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์ (Product Mix) รวมทั้งสายผลิตภัณฑ์ (Product Line)

2) ด้านราคา (Price) คือ สิ่งที่ผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการใช้ในการแลกเปลี่ยนซื้อขายสินค้าและบริการในรูปแบบของตัวเงิน ซึ่งการตั้งราคาควรมีเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น เพื่อต้องการกำไรหรือเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด (Market Share) การตั้งราคาเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งเพราะผู้ซื้อจะทำการเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) กับราคา (Price) ของสินค้าและบริการ

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) คือ ช่องทางหรือกิจกรรมการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการไปสู่ผู้ซื้อ ดังนั้นจะต้องคำนึงถึงในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนำเสนอสินค้าและบริการ (Channels)

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารทางการตลาดระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะแจ้งข่าวสารและจูงใจให้เกิดความต้องการ และเป็น การดึงดูดใจให้เกิดการซื้อสินค้าหรือบริการ

5) ด้านบุคลากร (People) เป็นการจัดการเกี่ยวกับพนักงานซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญมากเพราะ พนักงานต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า การคัดเลือกคนที่มีความเหมาะสมกับงานจึงมีความสำคัญต่อการ สร้างความพึงพอใจให้กับผู้ซื้อ

6) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นการสร้างคุณภาพในด้านรูปแบบ การให้บริการให้สามารถจับต้องได้ เช่น พนักงานต้องแต่งตัวให้เรียบร้อย เสื้อผ้าสะอาด พุดจาสุภาพ การให้บริการรวดเร็ว

7) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นขั้นตอนและระเบียบวิธีการนำเสนอสินค้าหรือบริการ ให้แก่ผู้ซื้อเพื่อให้ได้รับบริการอย่างถูกต้อง สะดวก รวดเร็ว ทำให้เกิดความประทับใจและกลับมาใช้ บริการอีกหรือมีการบอกต่อ

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนในเขตเทศบาล อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี จำนวน 7,010 คน (เทศบาลตำบลมวกเหล็ก, 2562) นำมาคำนวณโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane,1973) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ คือ 378 คน กำหนดให้ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างเท่ากับร้อยละ 0.05 ผู้วิจัยได้ปรับจำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน ซึ่งมากกว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

2. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1) ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) คือ ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของ ประชาชนในเขตเทศบาล ตำบลมวกเหล็ก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2) ตัวแปรตาม (Dependent Variable) คือ ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของประชาชนในเขตเทศบาล อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรีทั้ง 7 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัต

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามที่มีลักษณะข้อคำถามจำนวน 3 ตอน ได้แก่ 1) ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 2) พฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัต มีลักษณะตรวจสอบรายการ 3) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัต ลักษณะคำถามแบบค่าคะแนน แบ่งค่าคะแนนระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบลิเคิร์ต โดยข้อคำถามได้ผ่านการตรวจอ่านโดยผู้เชี่ยวชาญ มีการทดลอง (try out) แบบสอบถามโดยเก็บข้อมูลจากประชาชนในเขตเทศบาลตำบลมวกเหล็ก 40 ชุด นำมาวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha ของแบบสอบถามเท่ากับ 0.981 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ให้ประชาชนในเขตเทศบาล อำเภอมวกเหล็ก โดยผู้วิจัยจะรอรับแบบสอบถามทันที เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนถูกต้องของแบบสอบถาม และได้เอกสารคืนมาทั้งหมด จำนวน 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

- 1) การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัต ใช้สถิติค่าความถี่ และค่าร้อยละ
- 2) การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัต ใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- 3) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัต โดยจำแนกตามเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ใช้สถิติ-t-test และ One way ANOVA ในกรณีที่ข้อมูลมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติจะทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe' Method)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 30 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาไม่ได้เรียนหนังสือ และมัธยมหรือเทียบเท่าจำนวนเท่ากัน อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000

2. ผลจากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัต พบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของประชาชนในเขตเทศบาล อำเภอเมืองหลัก จังหวัดสระบุรี

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	3.67	0.934	มาก
2. ด้านราคา	3.64	0.827	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.37	0.991	ปานกลาง
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.39	0.984	ปานกลาง
5. ด้านบุคลากร	3.53	0.831	มาก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.52	0.805	มาก
7. ด้านกระบวนการ	3.56	0.817	มาก
รวม	3.52	0.719	มาก

ผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัต จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ดังนี้

2.1 เพศ พบว่า ผลจากการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตจำแนกตามเพศโดยการทดสอบด้วยสถิติ t-test พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลจากการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของประชาชนในเขตเทศบาล อำเภอเมืองหลัก จังหวัดสระบุรี จำแนกตามเพศ

ระดับความคิดเห็น	ชาย		หญิง		t	p
	\bar{X}	SD.	\bar{X}	SD.		
ด้านผลิตภัณฑ์	3.51	.960	3.76	.908	-2.50	.013*
ด้านราคา	3.60	.761	3.66	.864	-.799	.425
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.45	.884	3.33	1.05	1.796	.232
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.36	.883	3.25	1.04	1.113	.267
ด้านบุคลากร	3.53	.822	3.53	.838	-.008	.994
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.53	.782	3.53	.820	0.81	.935

ระดับความคิดเห็น	ชาย		หญิง		t	p
	\bar{X}	SD.	\bar{X}	SD.		
ด้านกระบวนการ	3.53	.787	3.58	.835	-0.670	.503

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผลจากการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารมังสวิรัติจำแนกตามอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการทดสอบด้วยสถิติความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) พบว่า (1) ผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกันปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารมังสวิรัติต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (2) ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้านมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารมังสวิรัติต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (3) ผู้บริโภคที่มีสถานะภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกันปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้าน มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารมังสวิรัติต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลจากการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารมังสวิรัติต่อประชาชนในเขตเทศบาล อำเภอเมืองเหล็ก จังหวัดสระบุรี

อายุ	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	0.410	0.801
2. ด้านราคา	0.649	0.628
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.274	0.895
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	1.024	0.377
5. ด้านบุคลากร	0.259	0.904
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.713	0.584
7. ด้านกระบวนการ	2.503	0.042*
ระดับการศึกษา	F	Sig.
1. ด้านผลิตภัณฑ์	2.392	0.037*
2. ด้านราคา	3.423	0.005*
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	7.594	0.000*
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	5.935	0.000*
5. ด้านบุคลากร	6.324	0.000*
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	8.565	0.000*
7. ด้านกระบวนการ	5.750	0.000*

การศึกษาระดับมัธยมศึกษามากกว่าผู้ที่ไม่ได้เรียนหนังสือ (3) ผู้ที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มากกว่าผู้ที่มีการศึกษาระดับปวส.หรือเทียบเท่า

3. ผลจากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของประชาชนในเขตเทศบาล อำเภอแม่เหล็ก จังหวัดสระบุรีพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจที่จะบริโภคอาหารมังสวิรัตในระดับปานกลาง บริโภคเพื่อสุขภาพที่ดี บุคคลที่มีอิทธิพลทำให้อยากบริโภคอาหารมังสวิรัตคือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง บริโภคอาหารมังสวิรัตในมื้อเย็นบ่อยที่สุด โดยบริโภค 2-3 วันต่อสัปดาห์ โอกาสที่จะบริโภคอาหารมังสวิรัตนั้นไม่แน่นอน จำนวนสมาชิกในครอบครัวมีจำนวนมากกว่า 3 คน สมาชิกที่บริโภคอาหารมังสวิรัตมี 1 คน คือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง เลือกบริโภคอาหารมังสวิรัตประเภทไม่บริโภคเนื้อสัตว์แต่บริโภคไข่และเต้าหู้ จำนวนเงินที่ใช้ในการเลือกซื้อต่อครั้ง 101-300 บาท โดยการซื้อวัตถุดิบมาปรุงเองที่บ้าน

อภิปรายผลการวิจัย

1. การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 250 คน มีอายุระหว่าง 21-30 ปี สถานภาพโสดระดับการศึกษาไม่ได้เรียนหนังสือและมัธยมหรือเทียบเท่า จำนวนเท่ากัน อาชีพลูกจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 การศึกษาระดับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคอาหารมังสวิรัต พบว่า มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตตวุฒิ รัตนกุล (2559) พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับมาก และงานวิจัยของ เสาวลักษณ์ สมานพิทักษ์วงศ์ (2560) พบว่า ค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา โดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยส่วนประสมการตลาด อภิปรายได้ดังนี้

2.1 เพศแตกต่างกันปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตที่แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาดา เนียมรักษา (2558) พบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเพื่อบริโภค ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาภรณ์ จินดาวงษ์ (2558) พบว่า เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษา ร้านบ้านไร่กาแฟ สาขาที่ 209

2.2 อายุแตกต่างกันปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัยวัฒน์ ชัยสิริพร (2557) พบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจต่อโรงแรมขนาด 3 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภาศรี อุตเดช (2562) พบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปผ่านทางแอปพลิเคชันของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง

2.3 ระดับการศึกษาแตกต่างกันปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตที่แตกต่างกันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญธิกา แก้วศิริ (2560) พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ นวนิต กิตติศิริสวัสดิ์ (2557) พบว่าระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค.

3. ผลจากการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัต อภิปรายได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความสนใจที่จะบริโภคอาหารมังสวิรัตในระดับปานกลาง บริโภคเพื่อสุขภาพที่ดี บุคคลที่ทำให้ผู้ตอบแบบสอบถามอยากบริโภคอาหารมังสวิรัตคือตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง มีความสนใจบริโภคอาหารมังสวิรัตในมือเย็น จะบริโภค 2-3 วันต่อสัปดาห์ โอกาสที่บริโภคอาหารมังสวิรัตนั้นไม่แน่นอน จำนวนสมาชิกในครอบครัวส่วนใหญ่มีมากกว่า 3 คน จำนวนสมาชิกในครอบครัวของผู้ตอบแบบสอบถามที่บริโภคอาหารมังสวิรัตอันดับแรกคือ ตัวผู้ตอบแบบสอบถามเอง เลือกบริโภคอาหารมังสวิรัตประเภทไม่บริโภคเนื้อสัตว์แต่บริโภคไข่และเต้าหู้ จำนวนเงินที่ใช้ในการเลือกซื้อต่อครั้ง 101-300 บาท มักจะซื้ออาหารมังสวิรัตโดยการซื้อวัตถุดิบมาปรุงเองที่บ้าน

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน อภิปรายได้ดังนี้

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มี เพศ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของประชาชนในเขตเทศบาล อำเภอเมืองมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรีแตกต่างกัน

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามที่มี เพศแตกต่างกันปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตแตกต่างกัน ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุแตกต่างกันปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านกระบวนการมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตแตกต่างกัน และผู้ตอบแบบสอบถามที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 ด้านมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยทำให้ทราบว่าระดับการศึกษาของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลมวกเหล็ก อำเภอเมืองมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี มีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตมากที่สุด แต่ผลการวิจัยพบว่าระดับการศึกษาของประชาชนส่วนมากคือไม่ได้เรียนหนังสือและระดับมัธยมเท่านั้น ดังนั้นผู้ที่สนใจจะทำธุรกิจเกี่ยวกับอาหารมังสวิรัต การให้ความรู้และความเข้าใจถึงประโยชน์ของอาหารมังสวิรัตกับกลุ่มตลาดเป้าหมายกลุ่มนี้จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเฉพาะประชาชน ในเขตเทศบาลตำบลมวกเหล็ก อำเภอเมืองมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี ผลการศึกษาจึงมีขอบเขตจำกัด ดังนั้นจึงควรศึกษาในเรื่องขอบเขต

ประชากรที่กว้างขึ้น คือ ศึกษาประชาชนที่อาศัยในพื้นที่อื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ระดับจังหวัด ระดับภาค หรือ ระดับประเทศ

2. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเท่านั้น การศึกษาครั้งต่อไป อาจใช้ การศึกษาแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) หรือการศึกษาโดยใช้ Focus group เพื่อให้งานวิจัยมีความหลากหลาย มีความสมบูรณ์และมีคุณค่ามากขึ้น

บรรณานุกรม

- จิตตวุฒ รัตตกุล. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและทัศนคติที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารเพื่อสุขภาพของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชัยวัฒน์ ชัยสิริพร. (2557) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อโรงแรมขนาด 3 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เทศบาลตำบลมวกเหล็ก. (20 พฤษภาคม 2562). ข้อมูลงานทะเบียนราษฎรเทศบาลมวกเหล็ก. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <http://www.muaklek.go.th>.
- นวนิต กิตติศิริสวัสดิ์ (2557) การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ค. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นัยนา สุทิน. (2555). พฤติกรรมการบริโภคอาหารมังสวิรัตของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. คณะบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ประภาศรี อุดเดช (2562). ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลการซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปผ่านทางแอปพลิเคชันของนักศึกษามหาวิทยาลัยรามคำแหง. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พจนานุกรมพุทธศาสน์ ฉบับประมวลศัพท์. (2559). มังสวิรัต. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก https://84000.org/tipitaka/dic/index_dd.php
- วิภาดา เนียมรักษา. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเพื่อบริโภคของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุภาภรณ์ จินดาวงษ์. (2558). การศึกษาพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านกาแฟสดของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม กรณีศึกษา ร้านบ้านไร่กาแฟ สาขาที่ 209. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เสาวลักษณ์ สมานพิทักษ์วงศ์. (2560). ส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

อัญธิกา แก้วศิริ. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเชียงใหม่. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

อุตสาหกรรมพัฒนามูลนิธิเพื่อสถาบันอาหาร. (2562) โครงการศึกษาตลาดอาหารวีแกน (Vegan) เพื่อรองรับการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารไทยภายใต้โครงการพัฒนาศูนย์อัจฉริยะสารสนเทศอัจฉริยะอุตสาหกรรมอาหาร. รายงานฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: ฝ่ายวิจัยและข้อมูล.

Kotler, Philip. (2012). **Marketing Management**. Eleventh Edition. Pearson Education Inc.

Marketing Oops. (2562, 26 ธันวาคม). กินมังฯ แล้วไง! เทรนด์การกิน เมื่อคนเริ่มหันมากินมังฯ แบบเป็นครั้งเป็นคราวมากขึ้น. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/report/industry-insight/trend-flexitarian-growth/>.

การหาปกติวิสัยของแบบวัดบุคลิกภาพด้านมืดสามองค์ประกอบฉบับภาษาไทย (SD3-TH) ในกลุ่มวัยรุ่น

Norm of The Short Dark Triad Thai Version (SD3-TH) in Adolescence

พีรพนธ์ เทพประสิทธิ์¹ อัครวิน เสนีชัย²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อหาค่าปกติวิสัยของแบบวัดบุคลิกภาพด้านมืดสามองค์ประกอบฉบับภาษาไทย (SD3-TH) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรคือวัยรุ่นไทยอายุระหว่าง 15-19 ปี ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยวิธีการตอบแบบวัดทางออนไลน์ได้กลุ่มตัวอย่าง 1,338 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการคำนวณตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ (Percentile) ของคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากแบบวัดและเทียบเป็นสแตนไดน์ (Stanine)

ผลการศึกษาพบว่า

1. ปกติวิสัยของคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากแบบวัดบุคลิกภาพด้านมืดสามองค์ประกอบทั้งฉบับอยู่ที่ 3.13 เมื่อจำแนกตามชนิดขององค์ประกอบทางบุคลิกภาพ พบว่า องค์ประกอบบุคลิกภาพแบบเจ้าเล่ห์มีปกติวิสัยของคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40 องค์ประกอบบุคลิกภาพแบบหลงตัวเองมีปกติวิสัยของคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.20 และองค์ประกอบบุคลิกภาพแบบจิตเภทมีปกติวิสัยของคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.20
2. ปกติวิสัยของคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากแบบวัดบุคลิกภาพด้านมืดสามองค์ประกอบทั้งฉบับในกลุ่มเพศชายอยู่ที่ 3.20 เมื่อจำแนกตามชนิดขององค์ประกอบทางบุคลิกภาพ พบว่า องค์ประกอบบุคลิกภาพแบบเจ้าเล่ห์มีปกติวิสัยของคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40 องค์ประกอบบุคลิกภาพแบบหลงตัวเองมีปกติวิสัยของคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.20 และองค์ประกอบบุคลิกภาพแบบจิตเภทมีปกติวิสัยของคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.20
3. สำหรับในกลุ่มเพศหญิง ปกติวิสัยของคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากแบบวัดบุคลิกภาพด้านมืดสามองค์ประกอบทั้งฉบับอยู่ที่ 3.07 เมื่อจำแนกตามชนิดขององค์ประกอบทางบุคลิกภาพ พบว่า องค์ประกอบบุคลิกภาพแบบเจ้าเล่ห์มีปกติวิสัยของคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40 องค์ประกอบบุคลิกภาพแบบหลงตัวเองมีปกติวิสัยของคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.20 และองค์ประกอบบุคลิกภาพแบบจิตเภทมีปกติวิสัยของคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 3.20

คำสำคัญ: ปกติวิสัย, บุคลิกภาพด้านมืดสามองค์ประกอบ, เปอร์เซ็นต์ไทล์, สแตนไดน์

¹ Assistant Professor, University of Social Sciences and Humanities, Vietnam. E-Mail: pheeraphol2520@gmail.com

² หัวหน้าสาขาวิชาศึกษาทั่วไป มหาวิทยาลัยกรุงเทพมหานคร

Abstract

The purpose of this research was to find the norm of The Short Dark Triad Thai Version (SD3-TH). The data were analyzed by quantitative research. The population was Thai adolescences who are between 15-19 years old. The purposive sampling was used by the online measurement for a total of 1,338 samples. The statistics used in data analysis were Percentile of the average scores obtained from the measurement and to be compared with the Stanine.

The results were as follows;

1. The norm of the average score obtained from all items measurement was 3.13. When considering each type of sub-personality, it was found that the norm of Machiavellianism trait was 3.40, the norm of Narcissism trait was 3.20 and the norm of Psychopathy trait was 3.20.

2. For the male group, the norm of the average score obtained from all items measurement was 3.20. When considering each type of sub-personality, it was found that the norm of Machiavellianism trait was 3.40, the norm of Narcissism trait was 3.20 and the norm of Psychopathy trait was 3.20.

3. For the female group, the norm of the average score obtained from all items measurement was 3.20. When considering each type of sub-personality, it was found that the norm of Machiavellianism trait was 3.40, the norm of Narcissism trait was 3.20 and the norm of Psychopathy trait was 3.20.

Keyword: Norm, Dark Triad Personality, Percentile, Stanine

บทนำ

นักจิตวิทยาได้ให้ความสนใจในการศึกษาบุคลิกภาพด้านมืด (Dark Personality) ของมนุษย์มาอย่างยาวนาน ด้วยเหตุที่บุคลิกภาพด้านมืดของมนุษย์นั้นสามารถส่งผลทางลบต่อการดำเนินชีวิตและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ ในสังคมได้ ในปี ค.ศ. 2002 Paulhus and Williams (2002) ได้เสนอบุคลิกภาพด้านมืดชนิดหนึ่งที่ทำให้วงการจิตวิทยาตื่นตัวเกี่ยวกับประเด็นนี้เป็นอย่างมาก โดยเรียกบุคลิกภาพด้านมืดชนิดนี้ว่า บุคลิกภาพด้านมืดสามองค์ประกอบ (Dark Triad Personality)

บุคลิกภาพด้านมืดสามองค์ประกอบนี้ประกอบไปด้วยชนิดของบุคลิกภาพด้านมืด 3 ชนิด หลอมรวมเข้าด้วยกัน ได้แก่ บุคลิกภาพแบบหลงตนเอง (Narcissism) บุคลิกภาพแบบเจ้าเล่ห์ (Machiavellianism) และบุคลิกภาพแบบจิตเภท (Psychopathy) ลักษณะของบุคลิกภาพโดยรวม

แบบคร่าวๆ คือ มีระดับการควบคุมอารมณ์ในตนเองต่ำ ระดับของการปรับอารมณ์ในตนเองต่ำ และมักมีปัญหาของความไม่มั่นคงทางอารมณ์ร่วมด้วย (Esnaola, Revuelta, Ros & Sarasa, 2017) ซึ่งองค์ประกอบของลักษณะบุคลิกภาพข้างต้นนับเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิดปัญหาทางพฤติกรรมสังคมได้ (Ninivaggi, 2019)

แบบวัดบุคลิกภาพด้านมืดสามองค์ประกอบที่มีใช้อยู่ในปัจจุบันสามารถแบ่งได้อย่างน้อย 2 ประเภท คือ แบบวัดบุคลิกภาพแยกเฉพาะด้าน กับแบบวัดที่ใช้วัดบุคลิกภาพพร้อมกันทั้งสามชนิด (Furnham, Richarchs & Paulhus, 2013) ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้ว ในการศึกษาบุคลิกภาพด้านมืดสามองค์ประกอบนี้มักนิยมใช้แบบวัดบุคลิกภาพที่สามารถวัดบุคลิกภาพด้านมืดทั้งสามชนิดพร้อมกัน โดยแบบวัดที่นิยมใช้และรู้จักกันอย่างแพร่หลาย คือ แบบวัด The Dirty Dozen (DD) ของ Jonason and Webster (2010) และแบบวัด The Short Dark Triad (SD3) ของ Jones and Paulhus (2014) จากการศึกษาเปรียบเทียบคุณสมบัติของแบบวัดของ Maples, Lamkin and Miller (2014) เชื่อว่าแบบวัด The Short Dark Triad (SD3) สามารถระบุและอธิบายโครงสร้างของบุคลิกภาพด้านมืดสามองค์ประกอบได้เทียบเท่าแบบวัด The Dirty Dozen (DD) จึงส่งผลให้แบบวัด The Short Dark Triad (SD3) ได้รับความนิยมและมีการแปลเป็นภาษาต่างๆ อย่างมากมาย (Vaughan, 2019)

สำหรับประเทศไทย แบบวัด The Short Dark Triad (SD3) ถูกพัฒนาโดย Boonroungrut and Huang (2018) ชื่อว่า แบบวัดบุคลิกภาพด้านมืดสามองค์ประกอบฉบับภาษาไทย (SD3-TH) โดยแบบวัดมีการปรับโครงสร้างแบบวัดให้มีความเหมาะสมกับบริบทของสังคมไทย แต่ทั้งนี้ ค่าปกติวิสัย (Norm) ที่ Boonroungrut and Huang (2018) ใช้ในแบบวัดที่พัฒนาขึ้นนี้คำนวณจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ดังนั้น จึงอาจเกิดความคลาดเคลื่อนของการวัดที่ได้เมื่อนำแบบวัดใช้กับกลุ่มศึกษาที่เป็นวัยรุ่น ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการศึกษาการหาค่าปกติวิสัยของแบบวัดบุคลิกภาพด้านมืดสามองค์ประกอบฉบับภาษาไทย (SD3-TH) สำหรับใช้ในกลุ่มวัยรุ่นไทยที่มีอายุระหว่าง 15-19 ปี เพื่อเป็นแนวทางการกำหนดเกณฑ์ค่าคะแนนในการใช้แบบวัดกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อหาค่าปกติวิสัยของแบบวัดบุคลิกภาพด้านมืดสามองค์ประกอบฉบับภาษาไทย (SD3-TH) ในกลุ่มวัยรุ่นที่มีช่วงอายุระหว่าง 15-19 ปี

ขอบเขตการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีช่วงอายุระหว่าง 15-19 ปี จำนวน 1,338 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผ่านการส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) ระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ – มีนาคม 2563

2. แบบวัดบุคลิกภาพที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบวัดบุคลิกภาพด้านมีตสามองค์ประกอบฉบับภาษาไทย (SD3-TH) พัฒนาโดย Boonroungrut and Huang (2018) จากแบบวัดต้นฉบับของ Jones and Paulhus (2014) ซึ่งแบบวัดได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพทางการวัดเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงนำมาใช้โดยไม่มีการดัดแปลงเนื้อหาและมีการเรียงข้อคำถามตามต้นฉบับเดิม

3. การหาปกติวิสัยในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการหาค่าตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์ (Percentil) ของคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากแบบวัดและเทียบเป็นสแตนไนน์ (Stanine)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่มีช่วงอายุระหว่าง 15-19 ปี จำนวน 1,338 คน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยวิธีการตอบแบบวัดออนไลน์ โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างเป็นตามแนวคิดของ Norfolk et al. (2015) ที่กำหนดเกณฑ์ขนาดของกลุ่มตัวอย่างของการสร้างปกติวิสัยควรจะต้องไม่น้อยกว่า 1,000 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ได้แก่ แบบวัดบุคลิกภาพด้านมีตสามองค์ประกอบ (SD3-TH) พัฒนาโดย Boonroungrut and Huang (2018) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณสมบัติด้านความเที่ยงของเครื่องมือวิจัยและความเหมาะสมในการนำมาใช้ โดยนำแบบวัดไปทดลองใช้กับรุ่นที่มีช่วงอายุระหว่าง 15-19 ปี ที่มีลักษณะคล้ายกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 60 คน เพื่อหาค่าความเที่ยง (Reliability) ของเครื่องมือ โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า ค่าความเที่ยงของแบบวัดบุคลิกภาพด้านมีตสามองค์ประกอบทั้งฉบับ มีค่าเท่ากับ .73

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากชุดคำตอบที่มีความสมบูรณ์ โดยกำหนดความสมบูรณ์ของแบบวัดจากการตอบข้อคำถามในแบบวัดที่ครบทุกข้อ จากนั้นนำชุดคำตอบที่มีความสมบูรณ์มาดำเนินการคำนวณตามแนวคิดของ Jones and Paulhus (2014) ที่เสนอว่าในการหาค่าปกติวิสัยของแบบวัดบุคลิกภาพด้านมีตสามองค์ประกอบนี้ควรคำนวณคะแนนเป็นค่าเฉลี่ย เนื่องจากคะแนนเฉลี่ยมีช่วงความกว้างของคะแนนมากกว่าคะแนนดิบที่ได้จากแบบวัด จึงจะทำให้การแปลความหมายของบุคลิกภาพนั้นมีความละเอียดและแม่นยำมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังดำเนินการคำนวณคะแนนออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 คะแนนเฉลี่ยของแบบวัดทั้งฉบับ และส่วนที่ 2 คะแนนเฉลี่ยของบุคลิกภาพในแต่ละองค์ประกอบ ตามแนวคิดของ Lyons (2019) ที่เสนอว่า บุคคลที่จะระบุเข้าเกณฑ์ของบุคลิกภาพด้านมีตสามองค์ประกอบนี้ควรจะต้องมีองค์ประกอบของบุคลิกภาพด้านมีตทั้ง 3 ชนิดร่วมกัน ดังนั้น นอกจากการวัดบุคลิกภาพด้านมีตสามองค์ประกอบที่ได้จากแบบวัดทั้งฉบับแล้ว ก็ควรจะต้องพิจารณาคะแนนขององค์ประกอบของบุคลิกภาพในแต่ละชนิดร่วมด้วย ด้วยเหตุนี้

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการคำนวณค่าเฉลี่ยและหาค่าปกติวิสัยของคะแนนที่ได้จากทั้ง 2 ส่วนข้างต้น

ในส่วนของการวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากที่ได้ผู้วิจัยคำนวณค่าเฉลี่ยที่ได้จากแบบวัดทั้งฉบับและแยกตามองค์ประกอบของบุคลิกภาพเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงดำเนินการเรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากค่าคะแนนเฉลี่ยที่น้อยที่สุดไปจนถึงค่าคะแนนเฉลี่ยที่มากที่สุดตามลำดับ จากนั้นคำนวณตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์และเทียบเป็นสเตรนจ์ตามแนวคิดของ Pechorro et al. (2018) ที่เสนอว่าเกณฑ์คะแนนของบุคลิกภาพด้านมิติสามองค์ประกอบจะอยู่ในช่วงตั้งแต่สเตรนจ์ที่ 7 ขึ้นไป เมื่อเทียบช่วงสเตรนจ์กับตำแหน่งของเปอร์เซ็นต์ไทล์แล้ว พบว่า สเตรนจ์ที่ 7 มีตำแหน่งของเปอร์เซ็นต์ไทล์ที่ 77.01 (Kaplan & Saccuzzo, 2017) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการหาตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์สำหรับข้อมูลที่ไม่แจกแจงความถี่ ดังนี้

$$P_r = \frac{r}{100} (N + 1)$$

กำหนดให้ r คือ ตำแหน่งของเปอร์เซ็นต์ไทล์
 N คือ จำนวนข้อมูลทั้งหมด

เมื่อคำนวณตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์เรียบร้อยแล้ว จึงนำมาเทียบกับข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยของคะแนนที่ถูกเรียงลำดับจากน้อยที่สุดไปมากที่สุดทั้ง 2 ส่วนที่ดำเนินการไปแล้วข้างต้น

ผลการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวนทั้งสิ้น 1,388 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปพบว่า มีอายุเฉลี่ย 17.6 ปี กลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มเพศชายร้อยละ 49.35 (685 คน) อายุเฉลี่ย 17.8 ปี และเป็นกลุ่มเพศหญิงร้อยละ 50.65 (703 คน) อายุเฉลี่ย 17.3 ปี

2. ผลการหาค่าปกติวิสัยของแบบวัดบุคลิกภาพด้านมิติสามองค์ประกอบฉบับภาษาไทย (SD3-TH) ในกลุ่มวัยรุ่นที่มีช่วงอายุระหว่าง 15-19 ปี ดังนี้

2.1 จากการหาค่าคะแนนเฉลี่ยของคะแนนรวมจากแบบวัดทั้งฉบับโดยไม่จำแนกเพศพบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ 1.47 และค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.67 เมื่อจำแนกค่าคะแนนเฉลี่ยตามชนิดขององค์ประกอบทางบุคลิกภาพ พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบเจ้าเล่ห์มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดที่ 1.40 และสูงสุดที่ 4.20 ส่วนค่าคะแนนเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบหลงตัวเองมีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดที่ 1.00 และสูงสุดที่ 5.00 เช่นเดียวกับค่าคะแนนเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบจิตเภทที่มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดที่ 1.00 และสูงสุดที่ 5.00

เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยของคะแนนรวมจากแบบวัดทั้งฉบับในเพศชายมีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ 1.47 และมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.27 เมื่อจำแนกค่าคะแนนเฉลี่ย

ตามชนิดขององค์ประกอบทางบุคลิกภาพ พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบเจ้าเล่ห์ มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดที่ 1.80 และสูงสุดที่ 4.20 ส่วนค่าคะแนนเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบหลงตัวเอง มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดที่ 1.00 และสูงสุดที่ 4.20 และค่าคะแนนเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบจิตเภท มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดที่ 1.20 และสูงสุดที่ 4.60

ส่วนค่าคะแนนเฉลี่ยของคะแนนรวมจากแบบวัดทั้งฉบับในเพศหญิง มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ 1.47 และมีค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.67 เมื่อจำแนกค่าคะแนนเฉลี่ยตามชนิดขององค์ประกอบทางบุคลิกภาพ พบว่า ค่าคะแนนเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบเจ้าเล่ห์ มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดที่ 1.40 และสูงสุดที่ 4.00 ส่วนค่าคะแนนเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบหลงตัวเอง มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดที่ 1.40 และสูงสุดที่ 5.00 และค่าคะแนนเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบจิตเภท มีค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดที่ 1.00 และสูงสุดที่ 5.00

สรุปค่าคะแนนเฉลี่ยต่ำสุดและสูงสุดที่ได้จากแบบวัดบุคลิกภาพด้านมิติสามองค์ประกอบของแต่ละกลุ่มได้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยต่ำสุดและสูงสุดที่ได้จากแบบวัดบุคลิกภาพด้านมิติสามองค์ประกอบจำแนกตามลักษณะตัวแปรเพศ

ลักษณะตัวแปรเพศ	ค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากแบบวัดบุคลิกภาพด้านมิติสามองค์ประกอบ							
	ทั้งฉบับ		บุคลิกภาพแบบเจ้าเล่ห์		บุคลิกภาพแบบหลงตัวเอง		บุคลิกภาพแบบจิตเภท	
	ต่ำสุด	สูงสุด	ต่ำสุด	สูงสุด	ต่ำสุด	สูงสุด	ต่ำสุด	สูงสุด
ไม่จำแนกเพศ	1.47	4.67	1.40	4.20	1.00	5.00	1.00	5.00
เพศชาย	1.47	4.27	1.80	4.20	1.00	4.20	1.20	4.60
เพศหญิง	1.47	4.67	1.40	4.00	1.40	5.00	1.00	5.00

เมื่อคำนวณหาตำแหน่งเปอร์เซ็นต์ไทล์เทียบกับสแตนด์ที่ 7 ($P_{77.01}$) เพื่อหาลำดับข้อมูลที่จะนำมาใช้หาค่าปกติวิสัยในการศึกษาครั้งนี้ จากจำนวนข้อมูลโดยไม่จำแนกเพศจำนวน 1,388 ลำดับ พบว่า $P_{77.01}$ มีตำแหน่งอยู่ที่ 1,069.67 ของลำดับข้อมูล โดยลำดับข้อมูลดังกล่าวมีค่าคะแนนเฉลี่ยของแบบวัดทั้งฉบับอยู่ที่ 3.13 ค่าคะแนนเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบเจ้าเล่ห์อยู่ที่ 3.40 ค่าคะแนนเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบหลงตัวเองอยู่ที่ 3.20 และค่าคะแนนเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบจิตเภทอยู่ที่ 3.20

ในกลุ่มเพศชายที่มีจำนวนข้อมูลทั้งหมด 685 ลำดับ พบว่า $P_{77.01}$ มีตำแหน่งอยู่ที่ 528.29 ของลำดับข้อมูลในกลุ่มเพศชาย โดยลำดับข้อมูลดังกล่าวมีค่าคะแนนเฉลี่ยของแบบวัดทั้งฉบับอยู่ที่ 3.20 ค่าคะแนนเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบเจ้าเล่ห์อยู่ที่ 3.40 ค่าคะแนนเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบหลงตัวเองอยู่ที่ 3.20 และค่าคะแนนเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบจิตเภทอยู่ที่ 3.20

สำหรับในกลุ่มเพศหญิง ที่มีจำนวนข้อมูลทั้งหมด 703 ลำดับ พบว่า $P_{77.01}$ มีตำแหน่งอยู่ที่ 542.15 ของลำดับข้อมูลในกลุ่มเพศหญิง โดยลำดับข้อมูลดังกล่าวมีค่าคะแนนเฉลี่ยของแบบวัดทั้งหมดอยู่ที่ 3.07 ค่าคะแนนเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบเจ้าเล่ห์อยู่ที่ 3.40 ค่าคะแนนเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบหลงตัวเองอยู่ที่ 3.20 และค่าคะแนนเฉลี่ยของบุคลิกภาพแบบจิตเภทอยู่ที่ 3.20

สรุปค่าปกวิสัยของแบบวัดบุคลิกภาพด้านมิติสามองค์ประกอบที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดกรองบุคลิกภาพได้ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงปกวิสัยที่ใช้เป็นเกณฑ์การคัดกรองคะแนนจากแบบวัดบุคลิกภาพด้านมิติสามองค์ประกอบจำแนกตามลักษณะตัวแปรเพศ

ลักษณะตัวแปรเพศ	ค่าปกวิสัยที่ใช้เป็นเกณฑ์การคัดกรองบุคลิกภาพ			
	ทั้งหมด	บุคลิกภาพแบบเจ้าเล่ห์	บุคลิกภาพแบบหลงตัวเอง	บุคลิกภาพแบบจิตเภท
ไม่จำแนกเพศ	3.13	3.40	3.20	3.20
เพศชาย	3.20	3.40	3.20	3.20
เพศหญิง	3.07	3.40	3.20	3.20

อภิปรายผลการวิจัย

เมื่อพิจารณาจากปกวิสัยที่ใช้เป็นเกณฑ์การคัดกรองบุคลิกภาพด้านมิติสามองค์ประกอบที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่า ปกวิสัยของคะแนนเฉลี่ยขององค์ประกอบทางบุคลิกภาพย่อยในแต่ละกลุ่มนั้นมีค่าไม่แตกต่างกัน โดยปกวิสัยของคะแนนเฉลี่ยบุคลิกภาพแบบเจ้าเล่ห์อยู่ที่ 3.40 ปกวิสัยของคะแนนเฉลี่ยบุคลิกภาพแบบหลงตัวเองอยู่ที่ 3.20 และปกวิสัยของคะแนนเฉลี่ยบุคลิกภาพแบบจิตเภทอยู่ที่ 3.20 ซึ่งมีความแตกต่างจากเกณฑ์คะแนนของ Boonrungsut and Huang (2018) ที่เสนอว่าเกณฑ์คะแนนของบุคลิกภาพแบบเจ้าเล่ห์อยู่ที่ 4.07 บุคลิกภาพแบบหลงตัวเองอยู่ที่ 3.74 และบุคลิกภาพแบบจิตเภทอยู่ที่ 3.56 แสดงการเปรียบเทียบดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบค่าเกณฑ์ที่ใช้ในการคัดกรองบุคลิกภาพด้านมิติสามองค์ประกอบจำแนกตามชนิดขององค์ประกอบบุคลิกภาพ

ชนิดขององค์ประกอบบุคลิกภาพด้านมิติสามองค์ประกอบ	ค่าคะแนนของเกณฑ์ในการคัดกรองบุคลิกภาพ	
	การศึกษาของผู้วิจัย	การศึกษาของ Boonrungsut and Huang (2018)
บุคลิกภาพแบบเจ้าเล่ห์	3.40	4.07
บุคลิกภาพแบบหลงตัวเอง	3.20	3.74
บุคลิกภาพแบบจิตเภท	3.20	3.56

จากตารางที่ 3 เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเกณฑ์คะแนนในการคัดกรองบุคลิกภาพด้านมิติสามองค์ประกอบ จะเห็นได้ว่า เกณฑ์คะแนนในการคัดกรองในการศึกษาของ Boonroungrut and Huang (2018) มีความแตกต่างในทุกชนิดองค์ประกอบทางบุคลิกภาพกับการศึกษาครั้งนี้ เนื่องจากมีการใช้กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาแตกต่างกัน โดยกลุ่มตัวอย่างในการสร้างเกณฑ์คะแนนสำหรับคัดกรองบุคลิกภาพด้านมิติสามองค์ประกอบของ Boonroungrut and Huang (2018) เป็นนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาซึ่งมีช่วงอายุแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นที่อยู่ในช่วงอายุ 15-19 ปีที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ หากนำเกณฑ์ของ Boonroungrut and Huang (2018) มาใช้กับกลุ่มวัยรุ่นที่มีคุณลักษณะแตกต่างจากกลุ่มตัวอย่างที่ Boonroungrut and Huang (2018) ใช้ในศึกษา ก็อาจส่งผลให้เกิดการแปลผลคลาดเคลื่อนในการคัดกรองบุคลิกภาพ สอดคล้องกับข้อเสนอของ Kaplan and Saccuzzo (2017) ที่เสนอว่า การนำแบบวัดใดๆ ไปใช้นั้นควรจะต้องพิจารณาถึงคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างด้วยว่ามีคุณลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสร้างเกณฑ์ของแบบวัดหรือไม่ เพราะหากคุณลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาไม่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสร้างเกณฑ์ของแบบวัด ก็อาจส่งผลให้ผลการแปลคะแนนที่ได้จากแบบวัดแปลผลผิดพลาดหรือแปลผลคลาดเคลื่อนได้

การศึกษานี้ยังได้หาปกติวิสัยของค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้จากแบบวัดทั้งฉบับดังแสดงในตารางที่ 2 โดยเมื่อพิจารณาปกติวิสัยค่าคะแนนเฉลี่ยของแบบวัดทั้งฉบับจากตารางที่ 2 จะพบว่าปกติวิสัยของค่าคะแนนเฉลี่ยแบบวัดทั้งฉบับอยู่ที่ 3.13 ซึ่งสามารถใช้เป็นเกณฑ์ในการคัดกรองบุคลิกภาพด้านมิติสามองค์ประกอบสำหรับกลุ่มวัยรุ่นไทยได้อย่างเหมาะสม แต่อย่างไรก็ดี Persson, Kajonius and Garcia (2017) และ Vaughan (2019) ต่างเห็นตรงกันว่า การใช้เกณฑ์การคัดกรองบุคลิกภาพใดๆ ก็ตามควรมีการจำแนกตามตัวแปรเพศซึ่งจะให้ประสิทธิภาพในการคัดกรองบุคลิกภาพได้ดีกว่าโดยเฉพาะบุคลิกภาพด้านมิติ เนื่องจากในแต่ละเพศต่างมีลักษณะทั้งภายนอกและภายในที่แตกต่างกันหลากหลายปัจจัย ด้วยปัจจัยที่แตกต่างหลากหลายเหล่านี้จึงส่งผลให้เกิดลักษณะทางพฤติกรรมและความเข้มข้นทางบุคลิกภาพที่แตกต่างกันไปด้วย สอดคล้องกับแนวคิดของ Lyons (2019) ที่เสนอว่า หากต้องการประสิทธิภาพในการคัดกรองบุคลิกภาพด้านมิติสามองค์ประกอบแล้ว นอกจากการใช้เกณฑ์คัดกรองในแต่ละชนิดขององค์ประกอบทางบุคลิกภาพแล้ว ควรนำเกณฑ์คัดกรองที่จำแนกตามตัวแปรเพศเข้ามาพิจารณาร่วมด้วยจึงจะมีประสิทธิภาพในการคัดกรอง โดย Lyons (2019) ให้เหตุผลว่า แม้ว่าบุคลิกภาพด้านมิติสามองค์ประกอบจะประกอบมาจากชนิดของบุคลิกภาพด้านมิติสามชนิด การแสดงออกของพฤติกรรมนั้นก็ไม่ได้เป็นการแสดงออกของชนิดทางบุคลิกภาพด้านมิติชนิดใดชนิดหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการหลอมรวมของการแสดงออกทางบุคลิกภาพด้านมิติทั้งสามชนิดที่คาบเกี่ยวกัน ดังนั้น นอกจากจะวัดชนิดขององค์ประกอบทางบุคลิกภาพในทั้งสามชนิดที่จะต้องเข้าเกณฑ์แล้ว ยังจะต้องคำนึงถึงเกณฑ์ของการวัดขององค์ประกอบทางบุคลิกภาพด้านมิติที่หลอมรวมกันทั้งสามชนิดอีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ครูอาจารย์ นักวิชาการ หรือผู้เกี่ยวข้องซึ่งสามารถนำเกณฑ์ปกติวิสัยจากการศึกษาครั้งนี้ สำหรับคัดกรองผู้ที่มีบุคลิกภาพด้านมืดสามองค์ประกอบ เพื่อประโยชน์ในการศึกษาและปรับเปลี่ยนบุคลิกภาพอันไม่พึงประสงค์ได้อย่างเหมาะสม

1.2 แม้ในการศึกษานี้จะเป็นการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นซึ่งมีอายุระหว่าง 15-19 ปี แต่ก็สามารถใช้เป็นแนวทางในการหาปกติวิสัยสำหรับคัดกรองบุคลิกภาพด้านมืดสามองค์ประกอบในกลุ่มบุคคลที่มีช่วงอายุอื่น หรือเป็นแนวทางในการหาปกติวิสัยสำหรับแบบวัดบุคลิกภาพด้านอื่นๆ ได้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต จึงทำให้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้เท่านั้น แม้ว่าในปัจจุบันกลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่จะมีความสามารถในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ จึงควรศึกษาในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มวัยรุ่นในคุณลักษณะอื่นๆ เช่น กลุ่มวัยรุ่นติดเกม กลุ่มวัยรุ่นที่อยู่นอกระบบการศึกษาหลัก เป็นต้น เพื่อให้ได้ความหลากหลายของเกณฑ์ปกติวิสัยในการคัดกรองบุคลิกภาพด้านมืดสามองค์ประกอบที่มากขึ้น

2.2 ควรมีศึกษากับกลุ่มตัวอย่างในช่วงอายุอื่นๆ เช่น กลุ่มวัยเด็ก กลุ่มวัยรุ่น เป็นต้น โดยอาจใช้การหาปกติวิสัยด้วยวิธีการอื่นแล้วนำมาเปรียบเทียบคุณภาพในการวัด ทั้งยังควรศึกษาข้อคำถามเพิ่มเติมในการวัดบุคลิกภาพด้านมืดสามองค์ประกอบเพื่อให้มีมิติทางการวัดมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- Boonroungrut, C. & Huang, F. (2018). A dark personality traits measurement (short dark triad: SD3-TH) psychometric properties testing of Thai version. **CMU Journal of Education**. 2(1) [online]. Available: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/cmujedu/article/view/167039>. [2020, 6 January]
- Esnaola, I., Revuelta, L., Ros, I. & Sarasa, M. (2017). The development of emotional intelligence in adolescence. **Anales de Psicología**. 33(3) [online]. Available: <https://doi.org/10.6018/analesps.33.2.251831>. [2019, 13 December]
- Furnham, A., Richarchs, S.C. & Paulhus, D.L. (2013). The dark triad of personality: A 10 year review. **Social and Personality Psychology Compass**. 7(3) [online]. Available: <https://doi.org/10.1111/spc3.12018>. [2019, 20 December]

- Jonason, P.K., & Webster, G.D. (2010). The dirty dozen: a concise measure of the dark triad. **Psychological Assessment**. 22(8) [online]. Available: <https://doi.org/10.1037/a0019265>. [2019, 10 December]
- Jones, D.N., Paulhus, D.L. (2014). Introducing the short dark triad (SD3): a brief measure of dark personality traits. **Assessment**. 27(6) [online]. Available: <https://doi.org/10.1037/a0019265>. [2020, 4 January]
- Kaplan, R. M., & Saccuzzo, D. P. (2017). **Psychological testing: Principles, applications, and issues**. Belmont, California: Nelson Education.
- Lyons, M. (2019). **The Dark Triad of Personality**. London: Academic Press.
- Ninivaggi, F.J. (2019). **Learned Mindfulness**. London: Academic press.
- Norfolk, P. A. et al. (2015). Norm block sample sizes: A review of 17 individually administered intelligence tests. **Journal of Psychoeducational Assessment**. 33(6) [online]. Available: <https://doi.org/10.1177/0734282914562385>. [2019, 10 November]
- Pechorro, P. et al. (2018). The short dark triad (SD3): adaptation and psychometrics among at-risk male and female youths. **Deviant Behavior**. 133(9) [online]. Available: <https://doi.org/10.1080/01639625.2017.1421120>. [2019, 20 November]
- Persson, B.N., Kajonius, P.J. & Garcia, D. (2017). Revisiting the structure of the short dark triad. **Deviant Behavior**. 117(6) [online]. Available: <https://doi.org/10.1177/10731911177011>. [2019, 30 December]
- Vaughan, R. et al. (2019). The dark triad in male and female athletes and non-athletes: group differences and psychometric properties of the short dark triad (SD3). **Psychology of Sport & Exercise**. 43(6) [online]. Available: <https://doi.org/10.1016/j.psychsport.2019.01.002>. [2019, 13 December]

การพัฒนาศักยภาพครูด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา สำหรับครูระดับ
ประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
Developing Teacher Potential in Educational Measurement and
Evaluation For Elementary School Teachers
Under the Office of the Basic Education Commission

อรณิชา ทศตา¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครูระดับประถมศึกษา 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างก่อนและหลังการพัฒนาด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครูระดับประถมศึกษา และ 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กลุ่มตัวอย่าง คือ ครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จำนวน 42 คน ดำเนินการพัฒนาครูด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาภายใต้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการ 2 ระยะ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) หลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการ 2) แบบทดสอบความรู้ เรื่อง การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ และ 3) แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาศักยภาพครูด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติค่าที (t-test Dependent Samples) ผลวิจัยพบว่า

1. ผลการพัฒนาศักยภาพด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการสำหรับการพัฒนา ศักยภาพของครูด้วยกระบวนการ APPE มีองค์ประกอบ 4 ชั้น ได้แก่ ชั้นที่ 1 วิเคราะห์ความต้องการ จำเป็น (Analysis-A) ชั้นที่ 2 วางแผนการพัฒนา (Plan-P) ชั้นที่ 3 กระบวนการพัฒนา (Process-P) ชั้นที่ 4 การประเมินผล (Evaluation : E)

2. ผลการเปรียบเทียบก่อนและหลังการพัฒนาด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครู ระดับประถมศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยหลังการพัฒนาครูมีความรู้ มีทักษะด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาสูงกว่าก่อนการพัฒนา

¹ คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา E-Mail: onnitcha@nmc.ac.th

3. ความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : การพัฒนา, การพัฒนาศักยภาพของครู , การวัดและประเมินผลการศึกษา.

Abstract

This research uses the action research model. The research objectives were 1) to develop the potential in educational measurement and evaluation of primary school teachers, 2) to compare the differences before and after the development of measurement and educational evaluation of primary school teachers, and 3) to study satisfaction with measurement development and evaluation of primary education teachers under the Office of the Basic Education Commission. The sample was the 42 primary school teachers under the Office of the Basic Education Commission. There were 2 phases of teacher development in educational measurement and evaluation under the operational research process. The instruments used in the research were: 1) the course of the workshop, 2) test of knowledge form about learning and measurement and evaluation, and 3) the satisfaction evaluation form for teacher development in educational measurement and evaluation. The data were analyzed by using mean and standard deviation. The researcher tested the hypotheses by using t-test (dependent sample)

The research found that :

1. The result of the development of educational measurement and evaluation potential of primary school teachers under the Office of the Basic Education Commission by action research for teacher potential development using APPE process consisted of 4 steps as follows: Step 1 Need Analysis (A), Step 2. Developmental Plan (P), Step 3. Teacher development process (P), Step 4. Evaluation (E).

2. The comparative results between before and after the development of educational measurement and evaluation of elementary school teachers were statistically significant difference at the 0.05 level. After the development, the teachers had knowledge, skills in measurement and evaluation higher than before development.

3. The satisfaction towards the educational measurement and evaluation development of primary school teachers under the Office of the Basic Education Commission was at high level.

Keywords: development, teacher potential development, educational measurement and evaluation.

บทนำ

การพัฒนาครูในศตวรรษที่ 21 ถือว่ามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศ เนื่องจากเป็นการพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ให้มีคุณภาพโดยเป้าหมายหลักของการพัฒนาการศึกษาของประเทศ คือ การพัฒนาผู้เรียนให้เป็นบุคคลที่มีคุณภาพ เป็นคนดี มีปัญญา มีความสุข มีศักยภาพ ในการศึกษาต่อ และประกอบอาชีพ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. 2552 : 3-4) ซึ่งต้องอาศัยครูผู้สอนที่มีสมรรถนะเพื่อตอบสนองการจัดการเรียนรู้และการวัดและประเมินผลให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ เป็นสิ่งที่ดำเนินการควบคู่ไปกับการเรียนสอน เพื่อจะทราบความก้าวหน้าในการพัฒนาของนักเรียน โดยที่แนวปฏิบัติการวัดและประเมินผลตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (กระทรวงศึกษาธิการ. 2553 : 2-8) กำหนดให้การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ คือ การตรวจสอบความก้าวหน้าในการเรียนรู้ของผู้เรียน ผู้สอนมีบทบาทในการวัดและประเมินผลระหว่างเรียนควบคู่กับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแผนที่กำหนด พร้อมกับปรับปรุงแก้ไขผู้เรียนที่มีข้อบกพร่อง ประเมินตัดสินผลการเรียน และตรวจสอบ สมรรถนะสำคัญของผู้เรียนเพื่อนำผลการประเมินไปวิเคราะห์เพื่อพัฒนาการจัดการเรียนรู้ต่อไป

การเพิ่มพูนคุณภาพหรือสมรรถนะด้านการวัดและประเมินการเรียนรู้ของครู มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษา โดยเฉพาะครูผู้สอนระดับประถมศึกษา เนื่องจากการจัดการศึกษาระดับประถมศึกษาเป็นการเตรียมความพร้อมทุกด้าน และเป็นพื้นฐานสำหรับการเรียนรู้ในขั้นที่สูงขึ้นต่อไป และในการพัฒนาสมรรถนะครูจำเป็นต้องอาศัยเทคนิควิธีการ แนวทาง หรือกิจกรรมที่เหมาะสมและหลากหลายรูปแบบ ซึ่งถือว่าเป็นนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพหนึ่งที่สามารถจะนำไปใช้ในการพัฒนาสมรรถนะครูได้เป็นอย่างดี จากความสำคัญของการวัดและประเมินผลครูทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะต้องทำการพัฒนาครูด้านการวัดและประเมินผล กระบวนการพัฒนาครูจะต้องมีประสิทธิภาพ ทำให้ครูมี ความรู้ ความเข้าใจ มีทักษะกระบวนการ มีความสามารถในการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ โดยสามารถนำไปใช้ในการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ได้ (ชาริณี ตรีวิญญู. 2550 : 342-346 ; วณิช นิรันตรา นนท์. 2552 : 210-211; ชุสิทธิ์ ยิ้มสุด. 2552: 122- 125 ; อังคณา ตุงคะสมิต. 2550 : 195-196)

ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาหลักการ แนวคิดของกระบวนการพัฒนาศักยภาพของครูในการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ จำแนกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ ด้านเจตคติ และด้านทักษะความสามารถของครู เพื่อให้มีความรู้ ความเข้าใจ มีทักษะที่สามารถออกแบบวิธีการวัดและประเมินผลอย่างหลากหลาย เหมาะสมกับเนื้อหา กิจกรรม การเรียนรู้ และผู้เรียน รู้หลักการวิธีการสร้างและนำเครื่องมือวัดและประเมินผลไปใช้ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และสามารถนำผลการประเมินการเรียนรู้มาใช้ในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ได้อย่างถูกต้อง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างก่อนและหลังการพัฒนาด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา ของครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

สมมติฐานการวิจัย

1. ครูที่ได้รับการพัฒนามีความรู้ความเข้าใจด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา ก่อนและหลังการพัฒนาแตกต่างกัน โดยความรู้หลังการพัฒนาสูงกว่าก่อนได้รับการพัฒนา
2. ครูที่ได้รับการพัฒนาด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) กำหนดขอบเขตการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็น ผู้อำนวยการเขตพื้นที่การศึกษา จำนวน 4 คน ผู้อำนวยการสถานศึกษา จำนวน 20 คน รองผู้อำนวยการสถานศึกษา จำนวน 20 คนศึกษานิเทศก์ จำนวน 20 คน ครูหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ จำนวน 100 คน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำแนกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในหาประสิทธิภาพของการพัฒนาหลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการ จำนวน 7 คน

1.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการทดลอง จำนวน 42 คน ประกอบด้วย 1) ครูผู้สอนวิชาวิทยาศาสตร์ จำนวน 10 คน 2) ครูผู้สอนวิชาคณิตศาสตร์ จำนวน 8 คน 3) ครูผู้สอนวิชาสังคมศึกษา จำนวน 12 คน 4) ครูผู้สอนวิชาภาษาไทย จำนวน 12 คน

2. ตัวแปร

2.1 **ตัวแปรต้น** คือ กระบวนการพัฒนาศักยภาพด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครู

2.2 ตัวแปรต้น คือ

- 1) ความสามารถด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา
- 2) คุณภาพของกระบวนการพัฒนาศักยภาพด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครู

3. เนื้อหา

เนื้อหาที่ใช้ในการพัฒนาหลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง “การพัฒนาครูด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา” ประกอบด้วย 4 หน่วยการเรียนรู้ ใช้เวลาในการอบรมและพัฒนา 9 ชั่วโมง

3.1 หลักการวัดและประเมินผลการศึกษา	จำนวน 1 ชั่วโมง
3.2 พฤติกรรมทางการศึกษาและมาตรฐานการเรียนรู้	จำนวน 1 ชั่วโมง
3.3 การเขียนข้อสอบวัดพฤติกรรมด้านพุทธิพิสัย	จำนวน 3 ชั่วโมง
3.4 เครื่องมือทางการวัดผลและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ	จำนวน 3 ชั่วโมง
3.5 คะแนนและการแปลความหมายคะแนน	จำนวน 1 ชั่วโมง

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ผู้วิจัยแบ่งขั้นตอนในการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ โดยมีขั้นตอนการวิจัยและวิธีการวิจัยดังนี้

ระยะที่ 1 การพัฒนาหลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง “การพัฒนาครูด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา”

ประชากร ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ ได้จากการเลือกแบบมีวัตถุประสงค์ โดยมีความเชี่ยวชาญด้านการวัดผลการศึกษา จำนวน 7 คน สำหรับการพิจารณาและวิพากษ์ให้ข้อเสนอแนะ ปรับปรุงกระบวนการพัฒนาครูด้วยกระบวนการ APPE

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. หลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง “การพัฒนาครูด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา” โดยสาระสำคัญครอบคลุมเนื้อหา ดังนี้

1.1 หลักการวัดและประเมินผลการศึกษา	จำนวน 1 ชั่วโมง
------------------------------------	-----------------

- | | |
|--|-----------------|
| 1.2 พฤติกรรมทางการศึกษาและมาตรฐานการเรียนรู้ | จำนวน 1 ชั่วโมง |
| 1.3 การเขียนข้อสอบวัดพฤติกรรมด้านพุทธิพิสัย | จำนวน 3 ชั่วโมง |
| 1.4 เครื่องมือทางการวัดผลและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ | จำนวน 3 ชั่วโมง |
| 1.5 คະແນและការແປຄວາມหมายคະແນ | จำนวน 1 ชั่วโมง |

2. แบบประเมินหลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง “การพัฒนาครูด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา” มีลักษณะเป็นมาตรประมาณค่า 5 ระดับครอบคลุมโครงสร้างและองค์ประกอบย่อย โดยประเมินใน 4 มิติ ได้แก่ 1) ความเหมาะสม 2) ความเป็นไปได้ 3) ความชัดเจน และ 4) ความง่ายต่อการนำไปใช้ตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมินด้านความตรงตามเนื้อหาโดยใช้ดัชนี CVI มีค่าอยู่ระหว่าง .81 - 1.00

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการประเมินหลักสูตรการอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่อง “การพัฒนาครูด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา” วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ระยะที่ 2 การศึกษาผลการพัฒนาครูด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้

กลุ่มผู้เข้าร่วมวิจัย (Research Participants) โดยความสมัครใจ จำนวน 42 คน ประกอบด้วย 1) ครูผู้สอนวิชาวิทยาศาสตร์ จำนวน 10 คน 2) ครูผู้สอนวิชาคณิตศาสตร์ จำนวน 8 คน 3) ครูผู้สอนวิชาสังคมศึกษา จำนวน 12 คน 4) ครูผู้สอนวิชาภาษาไทย จำนวน 12 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่

1. แบบทดสอบความรู้ เรื่อง การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ มีลักษณะแบบเลือกตอบ จำนวน 50 ข้อ มีค่าความยากตั้งแต่ .30 ถึง .87 ค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ .25 ถึง .91 และมีค่าความเที่ยงเชิงความสอดคล้องภายในจากสูตร KR 20 เท่ากับ .89

2. แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาศักยภาพครูด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ จำนวน 20 ข้อ ครอบคลุมความพึงพอใจ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ความเป็นประโยชน์ 2) ความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ 3) ความถูกต้องของผลการประเมิน 4) ความเหมาะสมของการพัฒนาและ 5) ผลจากการพัฒนา โดยตรวจสอบคุณภาพของแบบประเมินด้านความตรงตามเนื้อหาด้วยดัชนี CVI มีค่าอยู่ระหว่าง .80-1.00 และมีค่าความเที่ยงทั้งฉบับ .83

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผลการทดสอบความรู้ เรื่อง ด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการเปรียบเทียบก่อนและหลังการพัฒนา โดยใช้สถิติการทดสอบค่าที (t-test Dependent Samples)

2. ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาศักยภาพด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ด้วยกระบวนการ APPE ดังนี้

ขั้นที่ 1 วิเคราะห์ความต้องการจำเป็น (Analysis-A) โดยการประชุมร่วมกับผู้อำนวยการเขตพื้นที่การศึกษา ศึกษาวิเคราะห์ ผู้บริหารโรงเรียน และครูแต่ละกลุ่มสาระการเรียนรู้ เพื่อสอบถามความต้องการจำเป็น (Need assessment) สำหรับมาตรฐานและแนวทางการพัฒนากระบวนการวัดและประเมินผลการศึกษาของครูระดับประถมศึกษา

ขั้นที่ 2 วางแผนการพัฒนา (Plan-P) ด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้โดยครูหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ ผู้บริหารโรงเรียนและผู้วิจัยร่วมมือกันกำหนด เนื้อหาสาระ แนวทางการจัดกิจกรรมอบรมพัฒนาครูสำหรับการวัดและประเมินผลการเรียนรู้

ขั้นที่ 3 กระบวนการพัฒนา (Process-P) ดำเนินการโดยการอบรมเชิงปฏิบัติการในการพัฒนาครูด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาตามหลักสูตรที่กำหนด

ขั้นที่ 4 การประเมินผล (Evaluation-E) ผู้วิจัยประเมินองค์ความรู้ด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาที่ได้รับการพัฒนาตามหลักสูตรแล้วผ่านการทดสอบความรู้

2. ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างก่อนและหลังการพัฒนาด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบระหว่างก่อนและหลังการพัฒนาด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

ผลการพัฒนาด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา	N	\bar{X}	SD.	t	df	p
ก่อนการพัฒนา	42	24.45	2.32	-60.317**	41	0.00
หลังการพัฒนา	42	47.71	1.20			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางพบว่า ผลการเปรียบเทียบระหว่างก่อนและหลังการพัฒนาด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยหลังการพัฒนามีความรู้สูงกว่าก่อนการพัฒนา

3. ความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครูระดับ
ประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
ด้านที่ 1 สิ่งที่เกี่ยวข้องต่อการพัฒนา			
1. เอกสารและวัสดุอุปกรณ์เพียงพอและมีประโยชน์ ต่อการเรียนรู้ของครู	4.12	0.50	มาก
2. ทีมวิทยากรช่วยให้ครูเกิดการเรียนรู้มากขึ้น	4.26	0.59	มาก
3. แต่ละกลุ่มสาระการเรียนรู้ของครูที่เข้าร่วม การอบรมช่วยให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน	4.52	0.55	มาก
4. สถานที่อบรมเหมาะสมต่อการเรียนรู้	4.38	0.54	มาก
5. เวลาเพียงพอต่อการจัดกิจกรรมฝึกอบรม	4.29	0.64	มาก
ด้านที่ 2 กระบวนการพัฒนา			
6. กิจกรรมการอบรมให้ครูเกิดการเรียนรู้ที่ชัดเจนขึ้น	4.29	0.64	มาก
7. กิจกรรมฝึกปฏิบัติทำให้ครูมีทักษะในการพัฒนา การเรียนการสอนที่ดีขึ้น	4.19	0.67	มาก
8. การทำกิจกรรมร่วมกันของแต่ละกลุ่มสาระ การเรียนรู้ของครูทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน	4.10	0.66	มาก
9. กิจกรรมสะท้อนคิดให้สามารถพัฒนาต่อยอด นวัตกรรมได้	4.31	0.64	มาก
10. กิจกรรมที่หลากหลายทำให้ครูเกิดองค์ความรู้ ที่ชัดเจนขึ้น	4.00	0.54	มาก
ด้านที่ 3 ผลการพัฒนา			
11. ครูมีความรู้และทักษะในการจัดการเรียนรู้ ที่ส่งเสริมการคิดแก่ผู้เรียน	3.69	0.49	มาก
12. ครูมีความรู้และทักษะในการวัดและประเมินผล การศึกษา	4.19	0.59	มาก
13. ครูมีความรู้สึกที่ดีต่อการทำงานร่วมกันกับเพื่อน ครูและวิทยากร	4.31	0.60	มาก

รายการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
14. ครูมีความสามารถในการพัฒนาการจัดการเรียนรู้และการวัดและประเมินผลการศึกษาของตนเองมากขึ้น	4.67	0.48	มาก
15. หลักสูตรนี้มีประโยชน์ในการพัฒนางานด้านการเรียนการสอน การวัดและประเมินผลการศึกษาของครู	4.45	0.59	มาก
ด้านที่ 4 การนำไปใช้			
16. ช่วยให้ครูรู้ข้อมูลเพื่อนำไปใช้วางแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับลักษณะของผู้เรียน	4.19	0.67	มาก
17. ช่วยให้ครูรู้สภาพของนักเรียนว่า นักเรียนคนใดที่ควรพัฒนาส่งเสริม นักเรียนคนใดควรปรับปรุงแก้ไข	4.50	0.63	มาก
18. ครูสามารถนำความรู้และทักษะไปใช้ในกระบวนการสร้างเครื่องมือการวัดผลที่สะท้อนพฤติกรรมทางการศึกษา	4.33	0.65	มาก
19. ครูสามารถนำความรู้ที่ได้ไปออกแบบการสร้างเครื่องมือและการสร้างแบบทดสอบมาตรฐานได้	4.57	0.59	มาก
20. ครูสามารถนำความรู้ไปใช้ในการวัดและประเมินผลการศึกษาเพื่อสะท้อนความสามารถของผู้เรียนอย่างแท้จริง	4.43	0.67	มาก
รวม	4.29	0.60	มาก

จากตารางพบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านที่ 4 การนำไปใช้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมาคือ ด้านที่ 1 สิ่งที่เกี่ยวข้องการพัฒนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และด้านที่ 3 คือ ผลการพัฒนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาศักยภาพด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครูระดับประถมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการสำหรับการพัฒนาศักยภาพของครูด้วยกระบวนการ APPE ในการพัฒนาประกอบด้วย ขั้นที่ 1 วิเคราะห์ความต้องการจำเป็น (Analysis-A) โดยการประชุมร่วมกับผู้อำนวยการเขตพื้นที่การศึกษา ศึกษาวิเคราะห์ ผู้บริหารโรงเรียน และครูแต่ละกลุ่มสาระการเรียนรู้ เพื่อสอบถามความต้องการจำเป็น (Need assessment) สำหรับมาตรฐานและแนวทางการพัฒนากระบวนการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ของครูระดับประถมศึกษา ขั้นที่ 2 วางแผนการพัฒนา (Plan-P) ด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้โดยครูหัวหน้ากลุ่มสาระการเรียนรู้ ผู้บริหารโรงเรียนและผู้วิจัยร่วมมือกันกำหนด เนื้อหาสาระ แนวทางการจัดกิจกรรมอบรมพัฒนาครูสำหรับการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ ขั้นที่ 3 กระบวนการพัฒนา (Process-P) ดำเนินการโดยการอบรมเชิงปฏิบัติการในการพัฒนาครูด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ตามหลักสูตรที่กำหนด ขั้นที่ 4 การประเมินผล (Evaluation-E) ผู้วิจัยประเมินองค์ความรู้ด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ที่ได้รับการพัฒนาตามหลักสูตรแล้วผ่านการทดสอบความรู้ เรื่อง การวัดและประเมินผลการเรียนรู้ สอดคล้องกับวิวัฒน์ อ้นน่วม และคณะ (2559) ได้ กล่าวถึงกิจกรรมที่เหมาะสมในการพัฒนาสมรรถนะครูในด้านความรู้ ได้แก่ การพัฒนาตนเอง การอบรม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การถอดประสบการณ์ อีกทั้งจันทิมา จันทระประสาท (2560) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาสมรรถนะด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครู คือ การฝึกอบรมในขณะปฏิบัติงาน (on the job training) ซึ่งการอบรมทำให้ครูผู้สอนได้นำเอาองค์ความรู้ไปวางแผนการสร้างเครื่องมือวัดและประเมินผลการศึกษา และได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเพื่อนครูและวิทยากร เป็นกิจกรรมทบทวนความรู้ หรือขยายความรู้เดิมให้กว้างขึ้น และฝึกปฏิบัติในการใช้ทักษะหรือเทคนิคให้มีความชำนาญมากขึ้นด้วย

2. ผลการเปรียบเทียบระหว่างก่อนและหลังการพัฒนาด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยหลังการพัฒนามีความรู้สูงกว่าก่อนการพัฒนา สอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 1 คือ ครูที่ได้รับการพัฒนามีความรู้ความเข้าใจด้านการวัดและประเมินผลศึกษาก่อนและหลังการพัฒนาแตกต่างกัน โดยความรู้หลังการพัฒนายิ่งสูงกว่าก่อนการพัฒนา สอดคล้องกับงานวิจัยของวิหาญ พลเพชร, อีรวุฒิ เอกะกุล และวรรณรัตน์ แสงประทีปทอง (2557) ได้ทำการวิจัยรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะด้านการวัดและประเมินการคิด สำหรับครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน พบว่า หลังการพัฒนายิ่งสูงกว่าก่อนการพัฒนายิ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิรติกานต์ ศิริสุรวัดน์, อรุณฯ ศรีสะอาด และทัศนศิริรินทร์ สว่างบุญ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาระบบการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ ระดับประถมศึกษาโรงเรียนอนุบาลศรีประจักษ์ : โดยการประเมินเสริมพลัง พบว่า จากการ

พัฒนาระบบการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ภายในโรงเรียนอนุบาลศรีประจักษ์ จากกิจกรรมที่ 1 และกิจกรรมที่ 2 การประเมินการอ่าน คติวิเคราะห์และเขียน และการวัดผลประเมินผลการเรียนรู้ ตามกลุ่มสาระ พบว่า บุคลากรในโรงเรียนอนุบาลศรีประจักษ์ มีการประเมินการอ่าน คติวิเคราะห์ และ เขียน และการวัดผลประเมินผลการเรียนรู้ตามกลุ่มสาระหลังการใช้การประเมินเสริมพลังสูงกว่าก่อนการใช้การประเมินเสริมพลัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับแนวคิดของสำนักพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2553 : 24-25) กล่าวว่า สมรรถนะ ประกอบด้วย ความรู้ ความสามารถ ทักษะ เจตคติ และคุณลักษณะที่จำเป็นในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุตามจุดมุ่งหมายและมีประสิทธิภาพเหนือกว่าระดับปกติ ทั้งนี้เนื่องจากการปฏิบัติงานในหน้าที่ใดๆ ก็ตาม หากจะให้เกิดประสิทธิภาพ และบรรลุตามวัตถุประสงค์ บุคคลนั้นต้องมีความรู้ในเรื่องนั้นๆ เป็นดี และต้องฝึกฝน และปฏิบัติจนเกิดทักษะ นอกจากนี้ยังต้องมีความรู้สึที่ดี ชอบหรือรักในงานที่ทำด้วยหากบุคคลมีคุณสมบัติทั้ง ความรู้ ทักษะและคุณลักษณะหรือเจตคติที่ดีจะส่งผลให้การปฏิบัติงานนั้นบรรลุวัตถุประสงค์และมีประสิทธิภาพ ซึ่งเห็นว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทุกหน้าที่ทุกตำแหน่งจำเป็นต้องมี

3. ความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านที่ 4 การนำไปใช้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมาคือ ด้านที่ 1 สิ่งที่เกี่ยวข้องการพัฒนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และด้านที่ 3 คือ ผลการพัฒนา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 ตามลำดับ สอดคล้องกับสมมติฐานข้อที่ 2 คือ ครูที่ได้รับการพัฒนาด้านการวัดและประเมินผลการศึกษา มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิหาญ พลเพชร, อีรวุฒิ เอกะกุล และวรรณดี แสงประทีปทอง (2557) ได้ทำการวิจัยรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะด้านการวัดและประเมินการคิด สำหรับครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน พบว่า ความพึงพอใจต่อรูปแบบในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน มีปัญหาด้านการวัดและประเมินการคิดในภาพรวมทั้งด้านความรู้ความเข้าใจและด้านทักษะอยู่ในระดับมาก นั่นแสดงว่าครูอาจขาดความรู้ความเข้าใจและทักษะในการดำเนินการวัดและประเมินการคิด สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤติยา วงศ์ก้อม (2547: 183-186) ได้ทำการวิจัยรูปแบบการพัฒนาครูด้านการประเมินการเรียนรู้ตามแนวคิดการประเมินแบบเสริมพลังอำนาจ ผลการประเมินรูปแบบการพัฒนาครู พบว่า รูปแบบการพัฒนาครูมีความเป็นประโยชน์ มีความ เป็นไปได้ มีความถูกต้อง มีความเหมาะสม และครูมีความพึงพอใจต่อกระบวนการพัฒนาอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากรูปแบบที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีโครงสร้าง กระบวนการขั้นตอนการพัฒนาอย่างชัดเจน จัดเรียงลำดับเนื้อหาในการเรียนรู้และฝึกปฏิบัติตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 สามารถนำรูปแบบการพัฒนาศักยภาพครูด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ไปใช้ให้กับครูผู้สอนระดับประถมศึกษาทุกชั้นและทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้

1.2 การนำหลักสูตรการอบรมไปใช้ในการพัฒนาศักยภาพด้านการวัดและประเมินการเรียนรู้ไปใช้ ควรศึกษาทำความเข้าใจให้ชัดเจน และดำเนินการจัดกิจกรรมตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ให้ครบทุกขั้นตอน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

1.3 ก่อนดำเนินการพัฒนา ควรสร้างความเข้าใจในบทบาทของพี่เลี้ยงและผู้รับการพัฒนา ให้เข้าใจตรงกัน และสร้างข้อตกลงร่วมกัน สร้างความคุ้นเคย เพื่อให้เกิดการยอมรับและเข้าใจในบทบาทหน้าที่ที่ต้องร่วมกันปฏิบัติให้บรรลุเป้าหมายเดียวกัน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการติดตามผลการใช้กระบวนการพัฒนาศักยภาพครูด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลที่เกิดกับตัวผู้เรียน

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำกระบวนการพัฒนาครูด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ไปใช้

2.3 ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการนำกระบวนการพัฒนาครูด้านการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ไปใช้เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน

บรรณานุกรม

กฤติยา วงศ์ก้อม. (2547). รูปแบบการพัฒนาครูด้านการประเมินการเรียนรู้ตามแนวคิดการประเมินแบบเสริมพลังอำนาจที่สอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กীরติกานต์ ศิริสุรวัดน์, อรุณช ศรีสะอาดและทัศนศิริรินทร์ สว่างบุญ. (2559). การพัฒนาระบบการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ ระดับประถมศึกษาโรงเรียนอนุบาลศรีประชาชนุกูล : โดยการประเมินเสริมพลัง, วารสารการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 22 (ฉบับพิเศษ) ; กันยายน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ; 16- 16.

จันทิมา จันทระประสาท, ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม, ยุวรี ผลพันธิน. (2560). การประเมินความต้องการจำเป็นในการพัฒนาสมรรถนะด้านการวัดและประเมินผลการศึกษาของครูโรงเรียนในสังกัดมูลนิธิแห่งสภาคริสตจักรในประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 10(3), 1577-1595.

- ชาโรณี ตรีวรัญญ. (2550). การพัฒนาสมรรถภาพการจัดการเรียนการสอนของครูประถมศึกษาตามแนวคิดการศึกษาผ่านบทเรียน. วิทยานิพนธ์ดุสิตวิทยบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูลีกร ยิ้มสุด. (2552). การพัฒนาการคิดไตร่ตรองและพฤติกรรมการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูประถมศึกษาโดยใช้เทคนิคการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรดุสิตวิทยบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาขั้นพื้นฐาน, สำนัก. (2553). คู่มือประเมินสมรรถนะครู (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.
- ศึกษาธิการ, กระทรวง. (2553). หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- วิวัฒน์ อ้นน่วม และคณะ. (2559). รูปแบบการส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ,18(3), 292-302.
- วิหาญ พละพร, อีรวิฑูมิ เอกะกุล และวรวรรณดี แสงประทีปทอง. (2557). รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะด้านการวัดและประเมินการคิด สำหรับครูระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, วารสารวิชาการศึกษาศาสตร์ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ : 15(2); กรกฎาคม 2557 – ธันวาคม.
- วณิช นรินทร์รานนท์. (2552). รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะครูผู้สอนกลุ่มสาระการเรียนรู้สุขศึกษาและพลศึกษาที่มีประสิทธิผลสำหรับโรงเรียนขนาดเล็กในเขตบริการของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอุดรธานีเขต 1. วิทยานิพนธ์การศึกษาดุสิตวิทยบัณฑิต คณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2552). วารสารวิชาการ. ฉบับที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ สกสค. ลาดพร้าว.
- อังคณา ตุงคะสมิต. (2550). การพัฒนาระบบการวัดและประเมินผลระดับชั้นเรียนตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐานพุทธศักราช 2544 โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม : กรณีศึกษาโรงเรียนบ้านนาศรีดงเค็ง. วิทยานิพนธ์การศึกษาดุสิตวิทยบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

การจัดการเรียนการสอนภาคทฤษฎีสู่ภาคปฏิบัติสำหรับนักศึกษาพยาบาล Gen Z Management; From Theory to Practice for Gen Z Nursing Students

ยุพาพร หอมสมบัติ¹ ลออวรรณ อึ้งสกุล²

บทคัดย่อ

นักศึกษา Generation Z เป็นกลุ่มสำคัญที่จะเรียนรู้และเติบโตไปเป็นกลุ่มวัยทำงาน ด้วยความเจริญทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมร่วมกับสังคมไทยเข้าสู่โลกดิจิทัล Thailand 4.0 ทำให้พฤติกรรมของผู้คนเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยที่ความเจริญเข้ามามีอิทธิพล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่เหมาะสม การจัดการเรียนรู้จึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะสำหรับนักศึกษาพยาบาล การจัดการเรียนรู้ได้ถูกนำมาใช้ในรายวิชาทฤษฎีและเชื่อมโยงไปสู่รายวิชาปฏิบัติ ซึ่งอาจารย์ผู้สอนเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญยิ่งในการออกแบบการสอนให้เหมาะสมกับผู้เรียนเพื่อให้ผู้เรียนสามารถนำความรู้ไปปฏิบัติการพยาบาลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การจัดการเรียนการสอน, ภาคทฤษฎี, ภาคปฏิบัติ, นักศึกษาพยาบาล Gen Z

Abstract

Generation Z students are an important group as they learn and grow into a working age group. With the advancement of technology and innovation in conjunction with the digital world (Thailand 4.0), Thai society and Thai people's behaviors have been changed according to society's influences. Especially for nursing students learning management has been used in theory courses and linked to practice courses. The instructors play an important role in the design of teaching to suit the learners so that students can apply knowledge to practice nursing effectively.

Keyword: Knowledge Management, Theory, Practice, Nursing Study Gen Z

¹ พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี นครราชสีมา E-mail: yupaporn@knc.ac.th

² ครุศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี นครราชสีมา

บทนำ

การศึกษายุคปัจจุบันมุ่งเน้นให้นักศึกษามีความคิดที่สร้างสรรค์ ก้าวไกล สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปพัฒนาต่อยอดองค์ความรู้ ก่อให้เกิดประโยชน์ที่หลากหลาย มีการนำข้อมูล และเครือข่ายทางด้านเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเรียนการสอน การสื่อสารแบบทันสมัย ตอบโต้กันได้ทันที ไม่จำกัดเวลา สถานที่ ช่วยให้สามารถเรียนรู้นอกห้องเรียนได้ แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนาด้านทักษะการจัดการเรียนการสอนที่หลากหลายของผู้สอนก็เป็นสิ่งสำคัญ เพื่อพัฒนาให้มีรูปแบบการจัดการเรียนการสอนที่หลากหลายเหมาะสมกับบุคลิกภาพ ของนักศึกษา Gen Z ที่ต้องการรู้สึกว่าได้ทำทายตัวเอง และพัฒนาทักษะใหม่ๆ อยู่เสมอ ขึ้นชอบการคิดนอก กรอบ และเกิดมาพร้อมจิตวิญญาณของการเป็นนักคิด มักใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยี แก้ปัญหาใหม่ๆ ที่ ซับซ้อน เพื่อก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคงบนเส้นทางที่พวกเขาเลือกเอง นักศึกษา Gen Z ในปัจจุบันนับว่าเป็น gen ที่รู้สึกเหงามากที่สุด เพราะเติบโตมากับโลกออนไลน์ จึงไม่ถนัดในการแสดงออกและสื่อสารกับผู้คน บนโลกแห่งความจริง มักเลือกช่องทางที่เป็นพื้นที่ส่วนตัว ที่รู้สึกปลอดภัย สามารถโพสต์หรือแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ และมักทำตามกระแสวัฒนธรรมของ gen (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้, 2563) จึงเป็นการทำทนายอย่างมากของผู้สอนในการจัดกระบวนการเรียนการสอนให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งการเรียนรู้ในปัจจุบันก็ได้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เพื่อให้เกิดการเชื่อมต่อกันระหว่างผู้สอนกับผู้เรียนมากขึ้น โดยต้องมีการวางแผนทางด้านการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาให้มีความน่าสนใจ มีความต่อเนื่อง สามารถเรียนรู้ได้อย่างไม่สิ้นสุด ตามนโยบายการเตรียมคนไทยเข้าสู่สังคม 4.0 เพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างมีเป้าหมาย เน้นสร้างนวัตกรรม เรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ เรียนรู้เพื่อส่วนรวม และเรียนรู้เพื่อการนำไปปฏิบัติได้จริง

ความเป็นมาและความสำคัญ

การจัดการเรียนรู้ทางการพยาบาลถือเป็นการเรียนการสอนในกลุ่มวิชาชีพซึ่งในรายวิชา ทฤษฎี ก็จะต้องประกอบด้วยหมวดวิชาศึกษาทั่วไป และหมวดวิชาเฉพาะ ได้แก่กลุ่มพื้นฐานวิชาชีพ และกลุ่มวิชาชีพ การสอนจะมีทั้งการบรรยายแบบต่างๆ ตลอดจนการทดลองปฏิบัติเสมือนจริง เมื่อเรียนจบทฤษฎีแล้วจึงไปฝึกภาคปฏิบัติกับกรณีศึกษาจริงบนหอผู้ป่วย ซึ่งเมื่อได้ฝึกปฏิบัติการพยาบาลกับผู้ป่วยจริงแล้ว นักศึกษาส่วนใหญ่จะสามารถตัดสินใจได้ว่า ชอบในวิชาชีพการพยาบาลไหม สามารถที่จะเรียนรู้ต่อไปได้อีกไหม หากกระบวนการจัดการเรียนการสอนมีประสิทธิภาพ ทำให้นักศึกษามีความสุขในการเรียนรู้ สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือแสดงความคิดเห็นได้อย่างไม่จำกัด มีความรักในวิชาชีพ มีการพัฒนาการเรียนรู้ การใช้นวัตกรรมมาใช้ในการศึกษา ซึ่งจะทำให้ นักศึกษาสามารถเรียน และฝึกปฏิบัติในชั้นปีต่อไป ได้จนสำเร็จการศึกษา อาจารย์ผู้สอนจึงควรวางแผนการสอนให้เหมาะสมกับการเรียนรู้ของนักศึกษา Gen Z และเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงในเหตุการณ์ต่างๆ ของโลก เช่น สถานการณ์ฉุกเฉินหรือโรคระบาดต่างๆ อีกด้วย

สำหรับการเรียนวิชาซีพการพยาบาลนั้นถือได้ว่าการปฏิบัติการพยาบาลเป็นสิ่งที่มนุษย์ปฏิบัติให้แกกันดีที่สุด การที่จะนำปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และระบบอัตโนมัติ (Automatic) มาใช้แทนนั้นเป็นไปได้ยาก และเมื่อนักศึกษา Gen Z จบไปทำงานมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงานใหม่ๆ ชอบทำงานหลายอย่างพร้อมๆ กัน ชอบความท้าทาย ชอบมองโอกาสข้างหน้า และมีการเปิดกว้างทางความคิดและวัฒนธรรม มีแนวโน้มที่จะปรับทัศนคติได้ดี ปรับตัวเข้ากับ การเปลี่ยนแปลงได้ดี ทำงานได้ในความแตกต่างหลากหลายของวัฒนธรรม รวมถึงการใช้ชีวิตของเขาด้วย เขาจะมีความมั่นใจด้านการใช้เทคโนโลยี สามารถสอนคนที่อายุมากกว่าที่อาจมีประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีน้อยกว่าได้เป็นอย่างดี (Nehir, Vanaki, Nouri, Khademolhosseini, & Ebadi, 2016)

นักศึกษา Gen Z เป็นอย่างไร

นักศึกษา Gen Z คือ กลุ่มคนที่เกิดตั้งแต่ พ.ศ. 2541 หรือ ค.ศ. 1998 ถึง พ.ศ. 2552 หรือ ค.ศ. 2009 เป็นต้นมา หรือคนยุคดิจิทัล ซึ่งตั้งแต่ปีการศึกษา 2561 นักศึกษากลุ่มนี้จะเข้าศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นปี แรก และจะจบการศึกษาระดับปริญญาตรีไปทำงานในปี พ.ศ. 2565 จากการที่นักศึกษาเติบโตมาพร้อมกับความก้าวหน้า ความเจริญทางด้านเทคโนโลยี การสื่อสารผ่านโลก ออนไลน์ และความสะดวกสบายต่างๆ มากมาย อินเทอร์เน็ตกลายเป็นส่วนสำคัญในการดำรงชีวิต การสื่อสารการทำงานร่วมกัน การร่วมมือ การรวบรวมข้อมูลต่างๆ ชอบเรียนวิชาที่เน้นการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมเพราะมองว่าช่วยเสริมสร้างความคิดสร้างสรรค์ และช่วยสร้างความพร้อมเพื่อต่อสู้กับการเปลี่ยนแปลงในอนาคต (Tomayess, & Pedro, 2016) เขาจะมีความเชี่ยวชาญในด้านการสืบค้นข้อมูล และการนำ ข้อมูลไปใช้ประโยชน์ที่หลากหลาย ตามความสนใจของแต่ละบุคคล มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง ชอบค้นหาตัวตนที่แท้จริงของตนเอง ทำให้ไม่ชอบการคิดอยู่กับที่ ชอบคิดเร็ว ทำเร็ว และสามารถปรับปรุงหรือเปลี่ยนแปลงได้เร็วโดยการเพิ่มทักษะด้านต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นข้อดีอย่างมาก อีกทั้งยังชอบแสดงความคิดเห็น ชอบความท้าทาย ชอบการเรียนรู้ด้วยการแบ่งปันประสบการณ์กับเพื่อน มีทักษะการวิเคราะห์ การคิดอย่างสร้างสรรค์ ซึ่งเขาจะสามารถเรียนรู้และต่อยอดได้อย่างรวดเร็ว จากพฤติกรรม คนรอบตัว และสภาพแวดล้อม (มนัสวี ศรีนนท์, 2561) (Jennifer, & Teresa, 2018) จากการที่อุปกรณ์ทางการสื่อสารเข้ามาเป็น ปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการดำรงชีวิต ดังนั้นทำให้มีข้อมูลต่างๆ เข้ามาในชีวิตประจำวันจำนวนมาก จึงอาจ ทำให้เกิดปัญหากับคนกลุ่มนี้ได้ในเรื่องการเลือกรับข้อมูล การจดจำข้อมูลจำนวนมาก บางคนอาจไม่ถนัดการ สื่อสารแบบพบหน้ากัน หรือไม่ชอบการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมาก ข้อมูลที่ซับซ้อน และต้องใช้เวลานาน ซึ่ง นักศึกษาบางกลุ่มอาจสนใจการเรียนรู้ผ่านเกม (Game-Based Learning: GBL) ซึ่งเป็นนวัตกรรมที่ออกแบบ ให้นักศึกษามีส่วนร่วมลงมือเล่นและฝึกปฏิบัติในการเรียนรู้ด้วยตนเอง เพลิดเพลิน มีส่วนร่วมในกระบวนการ เรียนรู้ กระตุ้นจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ แต่ต้องผ่านการออกแบบที่มีประสิทธิภาพ (ฉัตรกมล ประจวบลาภ, 2559) หรือการเรียนรู้ผ่านบทเรียนออนไลน์ เป็นต้น

อะไรคือช่องว่างทางการศึกษา

ช่องว่างทางการศึกษา ส่วนใหญ่มาจากสภาพของช่องว่างระหว่างวัย “generation gap” ซึ่งอาจารย์ ผู้สอน มี Generation ที่หลากหลาย ตั้งแต่ Baby Boomer Generation, Generation X และ Generation Y ซึ่งจะมีคุณลักษณะ อุปนิสัย การให้คุณค่ากับเรื่องต่างๆ และพฤติกรรมต่างๆ ประสบการณ์การเรียนรู้ที่ผ่าน มาแตกต่างกัน อาจทำให้มีมุมมองบางอย่างที่แตกต่างกันออกไป (William, 2019) (ชัชวาล วงศ์สารี, 2558) เช่น ในเรื่องรูปแบบการวางแผนการพยาบาล วิธีการในการดูแลสุขภาพของตนเองและผู้อื่น และอาจส่งผลต่อรูปแบบวิธีการสอนของอาจารย์ผู้สอน เทคนิคการสื่อสารไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้เรียน หรือกระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ได้ อาจารย์ผู้สอนจึงควรมีการพัฒนาารูปแบบวิธีการสอนให้มีวิธีการที่หลากหลาย มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการสอน เน้นการจัดการเรียนรู้เป็นแบบเปิดกว้าง อาจารย์ผู้สอนสามารถแบ่งปันความรู้ ข้อมูล สามารถให้คำปรึกษา คำแนะนำ ผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้โดยไม่ต้องพบกัน ซึ่งเป็นสิ่งที่นักศึกษา Gen Z จะชอบแลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้อย่างมีความสุข (ชัชวาล วงศ์สารี, 2558) เกิดการเรียนรู้ได้แบบไม่มีข้อจำกัดเรื่องเวลา สถานที่ ตลอดจนการวางตัวเมื่อต้องพบปะกับอาจารย์ผู้สอนอีกด้วย

ส่วนนักศึกษามีความหลากหลายทางวัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิต เชื้อชาติ ศาสนา และบริบทความเป็นอยู่ สังคม วัฒนธรรม ประกอบกับผู้เรียนมีจำนวนมาก ทำให้การออกแบบการสอนค่อนข้างยาก อาจารย์ผู้สอนต้องมีทีมเพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้เรียนและตอบโต้กับผู้เรียนได้อย่างทั่วถึง อีกทั้งผู้เรียนมีความชอบอะไรที่แปลกใหม่ ชอบการเรียนรู้แบบร่วมมือในรูปแบบการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ชอบทำงานกลุ่ม ชอบการอภิปราย และชอบให้อาจารย์ผู้สอนให้คำแนะนำ

วิธีการจัดการเรียนการสอนภาคทฤษฎี

หลักการจัดการเรียนการสอนในยุค Gen Z ที่ทุกคนจะต้องเรียนรู้ตลอดชีวิต คือ การเรียนรู้ 3R และ 7C 3R คือ Reading (อ่านออก) (W)Riting (เขียนได้) (A)Rithmetics (คิดเลขเป็น) 7C ได้แก่ Critical Thinking and Problem Solving (ทักษะด้านการคิดอย่างมีวิจารณญาณและทักษะในการ แก้ปัญหา) Creativity and Innovation (ทักษะด้านการ สร้างสรรค์และนวัตกรรม) Cross-cultural Understanding (ทักษะด้านความเข้าใจความต่างวัฒนธรรมต่างกระบวนทัศน์) Collaboration, Teamwork and Leadership (ทักษะด้านความร่วมมือการทำงานเป็นทีมและภาวะผู้นำ) Communications, Information, and Media Literacy (ทักษะด้านการสื่อสารสารสนเทศและรู้เท่าทันสื่อ) Computing and ICT Literacy (ทักษะด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร) Career and Learning Skills (ทักษะอาชีพและทักษะการเรียนรู้) (ธนพล บรรดาศักดิ์, บุญสืบ โสโสม, กนกอร ชาวเวียง, นฤมล จันทระเกษม, กนกพร เทียนคำศรี และสุนทรী สิทธิสงคราม, 2559) การนำ EDtech (Education Technology) หรือเทคโนโลยีทางการศึกษาเข้ามาใช้ช่วยสอนหรือผลักดันให้สมาร์โฟนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนการสอน ไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมโยงการเรียน

เข้ากับมือถือ การพัฒนาแอปพลิเคชัน การนำเกมเข้ามามีส่วนในการโต้ตอบและสร้างปฏิสัมพันธ์ของนักเรียน ไปจนถึงการปรับบทเรียนให้มีความเป็น Digital content มากขึ้น ซึ่งจะเป็นส่วนช่วยทั้งด้านการทำงานของครูผู้สอน และการเรียนรู้ของตัวนักศึกษาเอง จากการศึกษาพบว่านักศึกษานิยมการใช้โปรแกรม Facebook มาใช้ใน กระบวนการศึกษา การเชื่อมโยงข้อมูล การแสดงความคิดเห็น แต่ยังคงต้องควบคุมเรื่องเนื้อหาอื่นๆ ที่อาจเข้ามา แทรกแซงอยู่บ้างแต่ก็ถือเป็นโปรแกรมที่นักศึกษานิยมสนใจ หากผู้สอนสามารถใช้โปรแกรมนี้เป็นส่วนหนึ่งในการเรียนการสอน การส่งงาน การแลกเปลี่ยนความรู้ นักศึกษาจะมีความพึงพอใจ ให้ความร่วมมือในการเรียน มาก (Ryan, 2019)

นักศึกษาส่วนใหญ่จะให้ความสนใจและมีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ในช่วงแรก แต่เมื่อมีการเรียนรู้ที่ยาวนานมากขึ้นหลายสัปดาห์หรือหลายเดือนต่อกัน และจำนวนเนื้อหาที่ต้องเรียน ต้องจดจำเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้นักศึกษามีความสนใจน้อยลงต่อการเรียนรู้ในช่วงหลัง ดังนั้นการจัดการเรียนรู้ที่มีหลากหลายวิธี เช่น การแบ่งกลุ่มย่อย การอภิปราย จะช่วยให้นักศึกษามีความตั้งใจมากขึ้น การใช้คำถามของผู้สอนที่ถามว่า “เข้าใจมั๊ย” “ใช่มั๊ย” เป็นเพียงการถามเพื่อสร้างความมั่นใจให้ตัวผู้สอนเอง ซึ่งไม่มีประโยชน์กับนักศึกษา ให้ลองเปลี่ยนมาถามคำถามสร้างการเชื่อมโยงเช่น “ทำไม” “อย่างไร” เพราะนักศึกษาที่เข้าใจจริงๆ จะสามารถ อธิบายได้ ถ้านักศึกษาอธิบายไม่ได้ แสดงว่าต้องพิจารณาการเรียนการสอนใหม่ ส่วนการฝึกปฏิบัติทดลองในห้องปฏิบัติการพยาบาลนั้น เป็นการเรียนรู้ที่แปลกใหม่ เป็นครั้งแรกในการปฏิบัติในทักษะนั้นๆ นักศึกษาส่วนใหญ่จะตั้งใจ มีการเตรียมตัวก่อนการเรียนโดยการศึกษาค้นคว้าจากสื่อออนไลน์ต่างๆ และสอบถามจากผู้ที่มีประสบการณ์ เช่น จากรุ่นพี่ แต่เนื่องจากการเรียนรู้และความสามารถด้านทักษะของผู้เรียนแต่ละคนมีความแตกต่างกัน บางคนต้องใช้เวลาในการเรียนรู้มาก ต้องฝึกหลายครั้ง บางคนจดจำและปฏิบัติได้อย่างรวดเร็ว เพื่อสร้างความเข้าใจได้ดีมากขึ้น การจัดกลุ่มนักศึกษาจึงเป็นสิ่งสำคัญ จำนวนนักศึกษาต่อกลุ่มไม่ควรมากนัก ประมาณ 7-8 คนต่อกลุ่มจะทำให้นักศึกษาได้แลกเปลี่ยนร่วมกันได้ และอาจารย์ผู้สอนสังเกตพฤติกรรมได้อย่างทั่วถึง อาจารย์ผู้สอนจึงต้องติดตามพฤติกรรมของนักศึกษาทุกคนในกลุ่มที่รับผิดชอบ ตลอดจนมีการส่งต่อข้อมูลระหว่างอาจารย์ผู้สอนเพื่อให้ความช่วยเหลือ หรือกระตุ้นการเรียนรู้ให้มากขึ้นในกลุ่มหรือผู้เรียนคนใด และช่วยกันเตรียมความพร้อมของนักศึกษาทั้งทางด้านความรู้และทักษะการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องในกระบวนการเรียนรู้ เพื่อให้ นักศึกษามีความพร้อมมากที่สุดก่อนการฝึกปฏิบัติจริงกับผู้ป่วยต่อไป

วิธีการจัดการเรียนการสอนภาคปฏิบัติ

อาจารย์ผู้สอนมีบทบาทที่สำคัญในการออกแบบการเรียนรู้ สร้างสภาพแวดล้อมแห่งการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับผู้เรียน และส่งเสริม อำนวยความสะดวก ให้นักศึกษาเกิดกระบวนการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ไม่ใช้บทบาทในการสอนเพียงอย่างเดียว (Debbie, 2017) โดยเฉพาะในการเรียนรู้ในวิชาชีพพยาบาลต้องให้นักเรียนเรียนรู้จากการเรียนแบบลงมือทำ หรือปฏิบัติแล้วการเรียนรู้ก็จะเกิด

จากภายในใจและสมองของตนเอง การเรียนรู้แบบนี้เรียกว่า PBL (Project-Based Learning) มีการเปิดโอกาสให้นักศึกษาทุกคนได้แสดงบทบาทของความเป็นผู้นำ เช่นเป็นตัวอย่างในการปฏิบัติการพยาบาลในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เพราะนักศึกษา Gen Z ชอบเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีศักยภาพในตัวเอง ชอบเป็นผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลงแต่ก็ยังคงคำนึงถึงความเป็นประชาธิปไตย (Nabeel, Fares, & Amira, 2019) ซึ่งก็ควรมีการหมุนเวียนการแสดงบทบาทผู้นำกันภายในกลุ่มไปเรื่อยๆ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

การนำความรู้ทางวิชาการมาสู่การปฏิบัติกับผู้ป่วยจริงของนักศึกษา นักศึกษาจะได้ฝึกปฏิบัติงานตามสภาพจริงภายใต้การดูแลของอาจารย์ผู้สอนภาคปฏิบัติ ถือได้ว่าเป็นประสบการณ์จริงที่นักศึกษาส่วนใหญ่จะมีความตื่นเต้น กังวล กลัว (Cheryl, 2020) ในการที่จะปฏิบัติได้ไม่ถูกต้องตามหลักการพยาบาล หรือเกิดความผิดพลาดกับผู้ป่วย ในการฝึกปฏิบัติ นักศึกษายังขาดประสบการณ์ อีกทั้งการทำรายงานการวางแผนการพยาบาลประจำวันที่ต้องใช้ความรู้แบบองค์รวมหลายวิชาเพื่อมาวางแผนในกรณีศึกษาที่รับผิดชอบ ต้องใช้เวลานานในการวางแผนการพยาบาล (ยุพาพร หอมสมบัติ, วัชร อภาธีรพงศ์, สุนิสา คำชื่น และลออวรรณ อึ้งสกุล, 2561) ทำให้ส่งผลต่อการพักผ่อนของนักศึกษา เมื่อปฏิบัติงานในวันต่อไป ร่างกาย จิตใจ ความสามารถในการทำงานหรือการจดจำอาจลดลงได้ อาจารย์ผู้สอนภาคปฏิบัติจึงเป็นผู้ที่มีบทบาทสำคัญในการสังเกต พฤติกรรมของนักศึกษาว่าเกิดปัญหาหรือการเปลี่ยนแปลงอย่างไร เพื่อวางแผนกิจกรรมการสอน การฝึก ปฏิบัติงานให้แก่ นักศึกษาเพื่อให้นักศึกษาสามารถเรียนรู้ ฝึกปฏิบัติงาน เก็บประสบการณ์ได้อย่างครบถ้วนตามเกณฑ์ที่รายวิชากำหนด และให้การพยาบาลผู้ป่วยได้อย่างมีคุณภาพ

การพัฒนาการจัดการเรียนการสอนภาคทฤษฎีสู่ภาคปฏิบัติให้เหมาะสมกับผู้เรียน Gen Z

กลุ่ม Generation Z มีความต้องการที่จะรักษาความสมดุลระหว่างการเรียนและโลกชีวิตภายนอก ส่วนองค์กรในฝันชอบองค์กรที่ไม่มีการจัดแบ่งตำแหน่งฝ่ายที่ยุ่งยากซับซ้อน ชอบทำงานเป็นทีมและอยู่กับคนที่อายุใกล้เคียงกัน (Jennifer, & Teresa, 2019) ดังนั้นอาจารย์ผู้สอนควรออกแบบการสอนเพื่อให้ตรงตามความต้องการและความสามารถในการเรียนรู้ของผู้เรียนเป็นสำคัญ อาจารย์ผู้สอนจึงควรเป็นผู้ที่มีขุมความรู้ด้านการเรียนการสอนทางการพยาบาล ได้แก่ความรู้ที่เป็นทางการ (Explicit knowledge) ช่องว่างของความรู้ (Knowledge gaps) ความรู้ที่ไม่เป็นทางการ (Tacit knowledge) และช่องว่างของความรู้ (Unknowledge gaps) ตลอดจนแนวคิดและหลักการพยาบาลแบบองค์รวมบนพื้นฐานของทฤษฎีการพยาบาล การดูแลด้วยความเอื้ออาทร การบูรณาการและการสังเคราะห์องค์ความรู้ อาจารย์ต้องกระตุ้นให้นักศึกษาสามารถถ่ายโยงความรู้จากการเรียนให้ห้องทดลองปฏิบัติการพยาบาล นำไปสู่การปฏิบัติการพยาบาลจริงบนหอผู้ป่วย โดยอาจให้วิธีการสอนนำเบื้องต้น การยกตัวอย่าง หรือการสาธิตตามกรณีตัวอย่างที่หลากหลายเป็นต้น (รุจิระชัย เมืองแก้ว และจิราวัลย์ วินาลัยวนากุล, 2562) เพื่อให้ผู้เรียนสามารถปฏิบัติการพยาบาลได้อย่างถูกต้องและมั่นใจ

ตลอดจนการพัฒนาจิตบริการด้วยหัวใจความเป็นมนุษย์ ด้วยการให้ตระหนักถึงความสำคัญ อาจารย์ผู้สอนจึงควรมีพัฒนาดังนี้ 1. การพัฒนาหลักสูตรด้านการจัดการเรียนการสอน 2. อาจารย์ผู้สอนปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี ให้นักศึกษาสัมผัสได้ด้วยความรู้สึก 3. รูปแบบการเรียนการสอนที่ตอบสนองความต้องการของนักศึกษา gen Z 4. การจัดกิจกรรมเสริมหลักสูตร เช่น จิตอาสา เป็นต้น 5. นักศึกษาตระหนักเห็นความสำคัญเห็นเป้าหมายหรือประโยชน์ของสิ่งที่ทำ (พัทธวรรณ ชูเลิศ, บุญตา สุขวดี และมนัสชนก กุลพานิชย์, 2560)

ตัวอย่างการจัดการเรียนการสอนภาคทฤษฎีสู่ภาคปฏิบัติ

1. การสอนภาคทฤษฎี

เนื้อหาหลักการและทฤษฎี สอนด้วยวิธีการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เช่น การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participatory Learning) การจัดการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-Based Learning) กรณีศึกษา (Case Studies) สถานการณ์จำลอง (Simulation) โดยอาจารย์ผู้สอนที่เชี่ยวชาญ นำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเรียนการสอน ในสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ไม่ใช่การเรียนในห้องเรียนเพียงอย่างเดียว (Katlego, & Felicity, 2019)

2. การสอนภาคทดลอง

เป็นทักษะการปฏิบัติการพยาบาลต่างๆ ด้วยวิธีการสอนที่หลากหลาย เช่น การจัดการเรียนรู้แบบสาธิตและสาธิตย้อนกลับ (Demonstration Method) กรณีศึกษา (Case Studies) การฝึกปฏิบัติการ (Practice) โดยอาจารย์ผู้สอนที่เชี่ยวชาญ นำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการเรียนการสอน

3. การสอบ

เป็นการวัดผลและการประเมินผลผู้เรียน อาจใช้การสอบแบบปรนัย การสอบแบบอัตนัย การสอบสาธิตย้อนกลับ โดยอาจารย์ผู้สอนที่เชี่ยวชาญตามหัวข้อที่รับผิดชอบ นำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการสอบ

4. การสรุปความคิดรวบยอด

โดยการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนา Critical thinking หลังการเรียนรู้ในเรื่องนั้นๆ โดยอาจารย์ที่เชี่ยวชาญตามหัวข้อที่รับผิดชอบ เช่น การสรุป concept mapping โดยใช้โปรแกรมที่หลากหลายตามความสนใจของผู้เรียน

5. การเตรียมความพร้อมก่อนการฝึกภาคปฏิบัติ

โดยใช้รูปแบบต่างๆ ได้แก่ การอภิปราย (Group discussion) สถานการณ์จำลอง (Simulation) บทบาทสมมุติ (Role model) การถ่ายทอดประสบการณ์ทางบวกจากรุ่นพี่สู่รุ่นน้อง (Portia, Karien, & Hester, 2019) ด้านการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) การเตรียมความรู้เรื่องการจัดการความเสี่ยง

ของสถานศึกษาและสถานที่ฝึกปฏิบัติงาน การศึกษารายละเอียดคู่มือการฝึกภาคปฏิบัติ การพบอาจารย์ผู้สอนภาคปฏิบัติเพื่อทบทวนความรู้และสร้างสัมพันธ์ภาพ ทำข้อตกลงร่วมกัน

6. การฝึกปฏิบัติงาน

โดยการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนา Critical thinking เช่น การประชุมปรึกษาปัญหาทางการพยาบาล (Nursing care conference) การประชุมปรึกษารายกรณี (Case conference) การฝึกปฏิบัติการ (Practice) การพัฒนานวัตกรรมทางการพยาบาล (Nursing Innovation) การใช้หลักฐานเชิงประจักษ์ (Evidence Based Practice) (Matthew, Anne, & Amanda, 2016) (Gloria, & Debbie, 2018)

7. การประเมินตนเอง (Self-assessment)

การทบทวนกระบวนการทำงานที่ผ่านมา วิเคราะห์สาเหตุ กระบวนการ ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น และวางแผนพัฒนา อาจให้นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ตนเอง แล้วสรุปผลให้เป็นแบบรายบุคคล แล้วอาจารย์ผู้สอนจึงสรุปในภาพรวม นำผลจากการวิเคราะห์ดังกล่าวไปพัฒนาในการจัดการเรียนการสอนในครั้งต่อไป

8. การถอดบทเรียน (Lessons Learned Debriefing)

การจัดการความรู้ เพื่อสรุปการเรียนรู้ร่วมกัน อาจใช้กระบวนการกลุ่มเข้ามาช่วยในการจัดการความรู้ อาจารย์ผู้สอนอาจมีประเด็นสำคัญๆ กำหนดให้ หรือทำการกำหนดประเด็นร่วมกับผู้เรียนก่อน แล้วจึงทำกระบวนการกลุ่มก็ได้ เพื่อให้นักศึกษาทุกคนได้มีส่วนร่วมในการสรุปผลการเรียนรู้ร่วมกัน อาจได้ประเด็นสรุปหรือพัฒนาไปเป็นแนวทางการปฏิบัติที่ดี (Good practice) ได้ด้วย

จากการศึกษาทั้งหมดจึงสามารถสรุปได้ว่า การจัดการเรียนการภาคทฤษฎีสู่ภาคปฏิบัติสำหรับนักศึกษาพยาบาล Gen Z นั้น ผู้สอนจะต้องเข้าใจผู้เรียนที่มีหลากหลายช่วงอายุ ดังนี้ 1. ผู้สอนต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการสอนที่หลากหลายมีการนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่ทันสมัยมาใช้ร่วมด้วย 2. ผู้สอนควรเป็นผู้กระตุ้นการคิดให้แก่นักศึกษา ให้ได้แสดงออกทางความคิดด้านวิชาการอย่างเต็มความสามารถ เกิดการคิดอย่างมีวิจารณญาณ การคิดต่อยอดองค์ความรู้ ผู้สอนไม่ต้องรีบตัดสินว่าความคิดนั้นถูกหรือผิด 3. การเป็นผู้สอนหรือครูผู้ใกล้ชิดกับนักศึกษาทางสื่อออนไลน์ เช่น Facebook, Line สามารถรับฟังความคิดเห็น ให้คำปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะได้ตลอด 24 ชั่วโมงตลอดจนสอนการเลือกใช้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และ 4. การสอนด้านการปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญของการเรียนสาขาพยาบาลศาสตร์

ข้อเสนอแนะ

การจัดการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับนักศึกษา Gen Z นั้นต้องสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อกับการเรียนรู้ มีพื้นที่ที่หลากหลาย มีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาใช้ เช่น การมีห้องฝึกปฏิบัติการที่ทันสมัย หุ่นและอุปกรณ์มีจำนวนเพียงพอ เปิดให้สามารถเข้าศึกษาได้ด้วยตนเอง และแบบกลุ่มได้โดยไม่จำกัดเวลามากนัก รวมทั้งการจัดห้องเรียนรู้อื่นๆ เช่น ห้องคอมพิวเตอร์ ห้องกายวิภาค

ศาสตร์ และห้องทำงานกลุ่ม เป็นต้น ตลอดจนการสร้างบรรยากาศภายในสถาบันให้เป็นสถาบันแห่งการเรียนรู้ (Katlego, & Felicity, 2019) ที่สามารถแลกเปลี่ยน รับฟังความคิดเห็นซึ่งกันและกัน เพื่อการเป็นสร้างแนวคิดร่วมกัน ในทิศทางเดียวกันทั้งองค์กร

บทสรุป

เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงตามยุค เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพนั้น อาจารย์ผู้สอนมี ส่วนสำคัญในการจัดรูปแบบการสอนให้มีช่องทางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์ เสริมสร้างทักษะด้านการแก้ไขปัญหาอย่างสร้างสรรค์ การเลือกใช้เทคโนโลยี สื่อสังคมออนไลน์ที่มีคุณค่าซึ่งการเรียนรู้ผ่านการ ลงมือปฏิบัติการพยาบาลนั้น ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่สามารถพัฒนาการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี ผ่านการจัดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ หลายรูปแบบ เพื่อให้เกิดการพัฒนาต่อยอดความรู้ให้เหมาะสมต่อการนำมาใช้กับ สถานการณ์จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

- ฉัตรกมล ประจวบลาภ. (2559). Game-Based Learning กับการเรียนการสอนทางการพยาบาล. **วารสารกองการพยาบาล**, 43(2), 127-136.
- ชัชวาล วงศ์สารี. (2558). การสอนบนคลินิกในรายวิชาการปฏิบัติการพยาบาลผู้ใหญ่สำหรับนิสิต Generation Z. **วารสารวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี กรุงเทพ**, 31(2), 130-140.
- ธนพล บรรดาศักดิ์, บุญสืบ โสโสม, กนกอร ชาวเวียง, นฤมล จันทระเกษม, กนกพร เทียนคำศรี และสุนทรี สิทธิสงคราม. (2559). การเป็นผู้เรียนในยุคศตวรรษที่ 21: มุมมองจากอาจารย์และนักศึกษาพยาบาล. **วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร**, 4(2), 175-189.
- พัทธวรรณ ชูเลิศ, บุญตา สุขวดี และ มนต์ชนก กุลพานิชย์. (2560). การพัฒนาจิตบริการด้วยหัวใจความเป็นมนุษย์กับนักศึกษาพยาบาล Generation Z. **วารสารการพยาบาลการสาธารณสุขและการศึกษา**, (18)2, 28-35.
- มนัสวี ศรีนนท์. (2561). ทฤษฎีเจเนอเรชันกับกรอบวิธีคิด. **วารสารศึกษาศาสตร์ มมร คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามงกุฎราชวิทยาลัย**, 6(1), 364-373.
- ยุพาพร หอมสมบัติ, วัชร อภาธีรพงศ์, สุนิสา คำชื่น และลออวรรณ อึ้งสกุล. (2561). แนวทางการจัดการความเครียดของนักศึกษาพยาบาลชั้นปีที่ 2 ในการขึ้นฝึกภาคปฏิบัติครั้งแรก. **วารสารวิทยาศาสตร์สุขภาพ วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สรรพสิทธิประสงค์**, 2(3), 48-62.
- รุจิระชัย เมืองแก้ว และจิราวัลย์ วินาลัยนากุล. (2562). การจัดการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมความสามารถในการถ่ายโอนการเรียนรู้ของนักศึกษาพยาบาลในการฝึกภาคปฏิบัติ. **วารสารการพยาบาลและสุขภาพ**, 13(1), 23-32.

- สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (TCDC). (2020). **เจาะ Trend โลก 2020 โดย TCDC PositivePower**.https://web.tcdc.or.th/media/publication_lang_file/207/TREND_2020_17-09-2019.pdf
- Cheryl, G. (2020). Teaching accelerated nursing students' self-care: A pilot project. **Nursing Open**, 7(1), 225-234.
- Debbie, C. (2017). Generation Z students: Will they change our nursing classrooms. **Journal of Nursing Education and Practice**, 7(4), 111-115.
- Gloria, M., & Debbie, H. (2018). The experiences of nurse educators in implementing evidence-based practice in teaching and learning. **Journal of Interdisciplinary Health Sciences**, 23(0), 1-9.
- Jennifer, C., & Teresa, S. (2018). Connecting with Generation Z: Approaches in Nursing Education. **Teaching and learning in Nursing**, 13(1), 180-184.
- Jennifer, C., & Teresa, S. (2019). A new generation of nurses is here Strategies for working with Generation Z. **American Nurse Today**, 14(2), 48-50.
- Katlego, M., & Felicity, D. (2019). Student nurses' perceptions of their educational environment at a school of nursing in Western Cape province, **South Africa: A cross-sectional study. Curationis**, 42(1), 1-11.
- Matthew, J., Anne, H., & Amanda, B. (2016). The impact of research education on student nurse attitude, skill and uptake of evidence-based practice: a descriptive longitudinal survey. **Journal of Clinical Nursing**, 25(1-2), 194-203.
- Nabeel, A., Fares, D., & Amira, AL. (2019). Leadership Styles and Competence among Generation Z Emirati Nursing Students. **International Journal of Learning, Teaching and Educational Research**, 18(9), 23-45.
- Nehir, B., Vanaki, Z., Nouri, J., Khademolhosseini, S. & Ebadi, A. (2016). Competency in Nursing Students: A Systematic Review. **International Journal of Travel Medicine & Global Health**, 4(1), 3-11.
- Portia, B., Karien, J., & Hester, J. (2019). Professionalism experiences of undergraduate learner nurses during their 4-year training programme at a Higher Education Institution in the Western Cape, South Africa. **Curationis**, 42(1), 1-8.
- Ryan, M. (2019). Gen Z Nursing Students' Usage, Perception and Satisfaction with Facebook for Educational Purposes: Tool for Learning or Distraction. **Indonesian Nursing Journal of Education and Clinic**, 4(1), 79-89.

- Tomayess, I., & Pedro, I. (2016). Internet factors influencing generations Y and Z in Australia and Portugal: A practical study. **Information Processing & Management**, 52(4), 592-617.
- William, C., (2019). Nurse Educators Meet Your New Students: Generation Z. **Nurse Educator**, 44(2), 59-60.

ธรรมาภิบาลแนวใหม่กับการบริหารภาครัฐของไทย New Public Governance and Thai Public Administration

ศิริวดี วิวิธคุณากร¹ สัณญา เคนมาภูมิ²

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอกรอบแนวคิดกระบวนทัศน์ธรรมาภิบาลแนวใหม่ รวมถึงข้อเสนอแนะในการนำมาใช้ในการบริหารภาครัฐของไทย จากการศึกษา พบว่า กรอบแนวคิดกระบวนทัศน์ธรรมาภิบาลแนวใหม่หรือการจัดการปกครองสาธารณะแนวใหม่ (NPG) จำแนกออกเป็น 5 รูปแบบ ได้แก่ (1) การจัดการปกครองเชิงสังคมการเมือง (Socio-Political Governance) (2) การจัดการปกครองเชิงนโยบายสาธารณะ (Public Policy Governance) (3) การจัดการปกครองเชิงการบริหาร (Administrative Governance) (4) การจัดการปกครองในรูปแบบของการรับเหมาช่วง (Contract Governance) และ (5) การจัดการปกครองในรูปของเครือข่าย (Network Governance) อย่างไรก็ตามสำหรับแนวทางการนำใช้ในการบริหารภาครัฐของไทยควรให้ความสำคัญที่เท่าเทียมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาสังคม โดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อสิทธิ เสรีภาพ และความผาสุกของประชาชน อีกทั้งการให้ความสำคัญทั้งในระดับประเทศและองค์กรโดยเฉพาะการพัฒนาแนวทางในการควบคุมและกำจัดการคอร์รัปชัน

คำสำคัญ : ธรรมาภิบาล, ธรรมาภิบาลแนวใหม่, การบริหารภาครัฐของไทย

Abstract

This article aims to present a new conceptual framework of New Public Governance (NPG), including suggestions for implementation in Thai public administration. According to studies, it has been found that the NPG is divided into 5 forms were; (1) Socio-Political Governance (2) Public Policy Governance (3) Administrative Governance (4) Contract Governance and (5) Network Governance. However, the suggestions for using of public administration in Thailand, should give equal importance to the government, private sector and civil society with aim of rights, liberty and well-being of people. Also attach importance to both the national and

¹ นักศึกษาปริญญาเอก รม.ด. (รัฐประศาสนศาสตร์) มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. Email : air.sirivadee@gmail.com

² (รองศาสตราจารย์) คณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. Email : zumsa_17@hotmail.com

organizational levels, especially the development of guidelines for controlling and eradicating corruption.

Keywords: Public Governance, New Public Governance (NPG), Thai Public Administration

บทนำ

ธรรมาภิบาลจัดเป็นแนวคิดสำคัญในการบริหารงาน และการปกครองในปัจจุบัน เพราะองค์การทั้งภาครัฐบาล และภาคธุรกิจได้หันไปให้ความสนใจกับธรรมาภิบาลหรือการบริหารจัดการที่ดีมากขึ้นแทนการสนใจเรื่องการพัฒนาอุตสาหกรรมดังแต่ก่อน การพัฒนาเรื่องของการเมืองการปกครองได้มุ่งให้ประชาชนเป็นศูนย์กลางมากขึ้น หากจะให้ประเทศมีการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืน การมุ่งดำเนินธุรกิจ หรือปฏิบัติราชการต่างๆ โดยไม่ให้ความสนใจถึงเรื่องของสังคม ประชาชน และสิ่งแวดล้อมจึงเป็นไปได้อีกต่อไป การมีการบริหารจัดการที่ดีจึงเข้ามาเป็นเรื่องที่ทุกภาคส่วนให้ความสำคัญ และเริ่มมีการนำไปปฏิบัติกันมากขึ้น ซึ่งธรรมาภิบาลหรือการบริหารจัดการที่ดีเป็นประเด็นที่อยู่ในความสนใจของประชาชน โดยเฉพาะข้าราชการ และพนักงานบริษัทเอกชน เพราะธรรมาภิบาล เป็นการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ตั้งมั่นอยู่บนหลักการบริหารงานที่เที่ยงธรรม สุจริต โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีจิตสำนึกในการทำงาน มีความรับผิดชอบในสิ่งที่ได้กระทำ พร้อมตอบคำถามหรือตอบสนองต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และพร้อมรับผิดชอบ มีศีลธรรม จริยธรรมในการทำงาน การคำนึงถึงการมีส่วนร่วมในการรับรู้ ตัดสินใจ ดำเนินการและประเมินผล ตลอดจนจนร่วมรับผลจากการตัดสินใจร่วมกัน มีการส่งเสริมสถานภาพหญิงชาย และการให้ความสำคัญกับกลุ่มต่างๆ รวมทั้งคนด้อยโอกาส ตลอดจนการ สร้างความเท่าเทียมกันทางสังคมในการรับโอกาสต่างๆ ที่ประชาชนพึงจะได้รับจากรัฐ ธรรมาภิบาลเป็นทั้งหลักการ กระบวนการ และเป็นเป้าหมาย การมีธรรมาภิบาลอาจนำมาสู่การพัฒนากระบวนการ และระบบคนที่สมบูรณ์ได้ในที่สุด และสามารถนำมาสู่การมีผลทางสังคมคือ การมีการพัฒนาประเทศไปในทางที่สร้างความสงบสุขอย่างต่อเนื่อง ตลอดจนนำมาสู่การแก้ปัญหาความขัดแย้งต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นได้โดยสันติวิธี ธรรมาภิบาลจึงเป็นเรื่องของหลักการบริหารแนวใหม่ ที่มุ่งเน้นหลักการ โดยมีใช้หลักการที่เป็นรูปแบบทฤษฎีการบริหารงาน แต่เป็นหลักการการทำงาน ซึ่งหากมีการนำมาใช้เพื่อการบริหารงานแล้วจะเกิดความเชื่อมั่นว่าจะนำมาซึ่งผลลัพธ์ที่ดีที่สุดคือความเป็นธรรม ความสุจริต ความมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล (ถวิลวดี บุรีกุลและคณะ, 2545)

การนำหลักธรรมาภิบาล หรือการบริหารจัดการที่ดี หรือการบริหารภาครัฐแนวใหม่มาประยุกต์ใช้ในการบริหารการจัดการและปฏิบัติการในองค์กรนั้น มีจุดประสงค์สำคัญคือการสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้กับประชาชน โดยปัจจัยสำคัญประการแรกที่หน่วยงานภาครัฐต้องคำนึงถึงในการบริหารการจัดการเพื่อสร้างผลประโยชน์สูงสุดให้กับประชาชน ได้แก่การกำหนด

นโยบายต่างๆที่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน ทั้งนี้องค์การที่สำคัญที่จะทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ผลดังกล่าว คือ การเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีบทบาท และมีส่วนร่วมในการให้ข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ตลอดจนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นที่อยู่อาศัยเพื่อให้ความรู้สึกความเป็นเจ้าของร่วมกัน และมีจิตสำนึกสาธารณะที่จะสร้างสรรค์ งานพัฒนาต่างๆ ตามลักษณะของปัญหาและความต้องการ โดยในปัจจุบันนี้ประชาชนให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วมกับภาครัฐมากขึ้น ซึ่งนับเป็นโอกาสที่ดีที่จะให้ตัวแทนประชาชนเหล่านี้เข้ามามีส่วนร่วมให้เข้ามามีบทบาทมากยิ่งขึ้น

ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งของการบริหารการจัดการตามหลักธรรมาภิบาล คือ ระบบการบริหารงานของภาครัฐต้องมีความรับผิดชอบต่อได้โดยสาธารณะหรือตัวแทนของประชาชน ทั้งด้านการใช้งบประมาณและวิธีการของการบริหารจัดการต่างๆ นอกจากนี้ประชาชนควรที่จะได้รับข่าวสารหรือประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ทราบถึงผลการดำเนินงานต่างๆ อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว ทันสถานการณ์ โดยปัจจุบันประชาชนเองก็ให้ความสำคัญกับปัจจัยที่กล่าวถึงนี้มากขึ้น ในขณะเดียวกันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมวลชน ก็นับได้ว่าเป็นปัจจัยที่เอื้อต่อการพัฒนาระบบการบริหารงานให้มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้มากยิ่งขึ้น และเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับประชาชนอย่างสูงสุด โดยปัจจัยที่สำคัญที่จะสนับสนุนให้ข้าราชการพร้อมให้บริการประชาชนด้วยความเต็มใจ และทุ่มเท ได้แก่ การที่บุคคลเหล่านั้นได้รับการพัฒนาให้มีศักยภาพ มีความรู้ ความสามารถที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ตลอดจนมีขวัญกำลังใจที่ดีซึ่งเกิดจากได้รับความดูแลด้านสวัสดิการค่าตอบแทนที่เหมาะสม และได้รับการส่งเสริมให้มีความก้าวหน้าในสายงานตามหลักระบบคุณธรรม (ศตวรรษ พุทธาวงศ์, 2551: 44) ธรรมาภิบาลอาจประกอบไปด้วยหลักการสำคัญหลายประการ แล้วแต่วัตถุประสงค์ขององค์กรที่นำมาใช้ หลักการที่มีผู้นำไปใช้เสมอคือ การมีส่วนร่วมของประชาชน การมุ่งฉันทามติ การมีสำนึกรับผิดชอบต่อ ความโปร่งใส การตอบสนอง ประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ ความเท่าเทียมกันและการคำนึงถึงคนทุกกลุ่มหรือพหุภาคีและการปฏิบัติตามหลักนิติธรรม

อย่างไรก็ตามบทบาทของประชาชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียถือว่ามีส่วนสำคัญในกระบวนการธรรมาภิบาลแนวใหม่ ซึ่ง Frederickson (1991) ได้เน้นบทบาทของสาธารณชนในการบริหารงานภาครัฐ สาธารณชนได้แก่ กลุ่มผลประโยชน์ ผู้บริโภค ลูกค้าและประชาชนใน 20 ปีที่ผ่านมา วรรณกรรมส่วนมากมองประชาชนในฐานะลูกค้า และมักจะมองสาธารณชนในเชิงเฉื่อยชา (Passive) โดยมองว่าประชาชนและสาธารณะเป็นผู้รับบริการในชั้นปลายจากภาครัฐ การมีส่วนร่วมโดยตรงของประชาชนนั้นมีค่าใช้จ่าย และมีเรื่องของการไร้ประสิทธิภาพและการสูญเสียประสิทธิผลด้วย โดยให้นิยามของประสิทธิภาพว่าประกอบด้วยแนวความคิด 2 ประการคือ การสนองตอบ (Responsiveness) และการตรวจสอบ (Accountability) ระหว่างผู้บริหารภาครัฐกับประชาชน (Stivers, 1991) การขยายตัวของมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมภาครัฐมีความสำคัญ (Smith & Ingram, 2002) โดยสรุปอาจกล่าวได้ว่า นักวิชาการได้เรียกร้องให้การบริหารงานภาครัฐยอมรับว่าสาธารณชน

ควรจะเข้ามามีบทบาทเพิ่มขึ้นในกระบวนการทำงานของรัฐบาล โดยยอมรับว่าการปรึกษาหารือกับประชาชนจะทำให้ประชาธิปไตยเข้มแข็งขึ้น

กรอบแนวคิดธรรมาภิบาลแนวใหม่

แนวความคิดธรรมาภิบาลแนวใหม่ ธรรมาภิบาลแนวใหม่เป็นแนวทางการบริหารงานภาครัฐยุคใหม่ ซึ่งมีความหมาย ถึงเครือข่ายในแนวราบที่ประกอบไปด้วยองค์การภาครัฐ องค์การภาคเอกชน และองค์การที่ไม่มุ่งหวังผลกำไร รวมกันเป็นโครงสร้างของธรรมาภิบาล รูปแบบองค์การดังกล่าวนี้มีความแตกต่างจากแนวทางการตัดสินใจแบบดั้งเดิมที่เน้นลำดับชั้นการบังคับบัญชา นอกจากนี้ยังมีลักษณะที่เด่นชัดอีกประการหนึ่งคือการให้ความสำคัญกับประชาชน ตลอดจนกระบวนการที่ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในงานของรัฐบาล (Bingham, et al., 2005)

อย่างไรก็ดี Frederickson (1991) ได้ชี้ให้เห็นว่าทฤษฎีธรรมาภิบาลนั้นเกิดที่ระดับสถาบัน องค์การหรือการจัดการ และระดับเทคนิคหรือระดับงาน ซึ่งรวมถึงการมีกฎที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ มีลำดับชั้นการบังคับบัญชา และวิธีการปฏิบัติงานซึ่งถูกกำหนดโดยกฎทางการบริหาร ทฤษฎีตัวการตัวแทน (principle-agent theory) การวิเคราะห์ต้นทุนทางธุรกรรม (transaction-cost) ทฤษฎีภาวะผู้นำ และอื่นๆ Kettl (2002) ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นที่ภาครัฐจะต้องปรับปรุงทักษะในการเจรจาต่อรอง และการประสานงาน ดังนั้นในขณะที่ผู้บริหารงานภาครัฐมีความเข้าใจในการใช้ลำดับชั้นการบังคับบัญชาและอำนาจหน้าที่ แต่ผู้บริหารงานภาครัฐก็จะต้องสามารถจัดการเครือข่ายที่สลับซับซ้อน และยังคงพึ่งพากระบวนการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และระหว่างองค์การ มีความสามารถในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ บริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความโปร่งใส เสริมสร้างทุนมนุษย์ จัดให้มีช่องทางสำหรับประชาชนที่จะเข้ามามีส่วนร่วม และให้มีการตรวจสอบจากล่างขึ้นบนไปสู่สาธารณะ Salamon (2002) ได้ให้คำนิยามเพิ่มเติมว่าธรรมาภิบาลแนวใหม่เป็นกรอบความคิดที่ยอมรับ “ธรรมชาติของการร่วมมือกันของการบริหารงานสมัยใหม่เพื่อให้ตอบสนองความต้องการของมนุษย์” มุ่งเน้นการร่วมมือ (collaboration) และการใช้งาน (enablement) มากกว่าการใช้สายการบังคับบัญชาตามลำดับชั้นและการควบคุม (hierarchy and control) ธรรมาภิบาลแนวใหม่จำเป็นต้องมีการมุ่งเน้นจุดสนใจใหม่หรือทักษะเฉพาะ ได้แก่ การเจรจาต่อรองและการชักชวน ทักษะในการกระตุ้น (activation) การประสาน (orchestration) และการปรับตัว (modulation)

การจัดการปกครองสาธารณะแนวใหม่ (NPG) เป็นแนวคิดที่ก่อกำเนิดขึ้นบนพื้นฐานของการดำรงอยู่ของแนวคิดการจัดการภาครัฐแบบดั้งเดิม (Public Administration: PA) และแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM) และไม่ใช่กระบวนการที่คนใหม่หรือ การทำลายแนวคิดแบบเดิมหรือจะเข้ามาแทนที่แนวคิดทั้งสองที่กล่าวมา แต่ NPG เป็นเครื่องมือ เชิงมนทัศน์ที่จะช่วยขยายความเข้าใจที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงไปของกระแสสังคมโลกใน ศตวรรษที่ 21 ที่มีความแตกต่างหลากหลายและมีความสลับซับซ้อนของปัญหาและความต้องการ ที่เพิ่มมากขึ้น พร้อม

ทั้งยังเป็น การเปิดมุมมองให้เห็นถึงสภาพความเป็นจริงของวิธีการปฏิบัติงานของบุคคลในภาครัฐให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น การมุ่งเน้นแต่เพียงการจัดการที่ดี (Good Governance) (ความโปร่งใส ตรวจสอบได้ ประสิทธิภาพ ยุติธรรม ความคุ้มค่า การมีส่วนร่วม) ในยุคนี้ คงจะไม่เพียงพอกับบริบทและกระแส ของสังคมโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ภายใต้สถานการณ์ที่ปัญหาความซับซ้อนของงานสาธารณะที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก และปัญหาข้อจำกัด ทางด้านทรัพยากรของภาครัฐเอง รวมทั้งความเข้มแข็ง และความกระตือรือร้นของภาคประชาสังคมได้ทำให้พื้นที่สาธารณะกำลังเปิดกว้างต่อการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่างๆ อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ส่งผลให้ NPG เกิดขึ้นเพื่อรองรับต่อปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงที่กล่าวมา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การบริหารจัดการปกครองอันแตกต่างหลากหลาย ซึ่งจำเป็นที่จะต้องประสานความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) และตัวแสดงอื่นๆ การชักจูงให้ แต่ละฝ่ายนำทรัพยากรออกมาใช้เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ของส่วนรวม และการจัดการความขัดแย้ง ที่อาจเกิดขึ้นจากกระบวนการร่วมกันทำระหว่างเครือข่ายต่างๆ (Loffler, 2005)

การจัดการปกครองสาธารณะแนวใหม่ หรือธรรมาภิบาลแนวใหม่ (New Public Governance : NPG) มีรากฐานมาจากการศึกษาสถาบันและเครือข่าย (Institutional and Network Theory) ที่ตั้งอยู่บนการพิจารณารัฐในลักษณะที่มี ความแตกต่างหลากหลายภายในตนเองหรือรัฐพหุลักษณะ (Plural State) ซึ่งเป็นการมองว่ารัฐเป็น ตัวแสดงที่ประกอบด้วยองค์กร และองค์กร และหน่วยงานต่างๆ ที่พึ่งพาอาศัยกัน หลากหลายระดับ และหลายรูปแบบเข้ามามีบทบาทในการจัดให้มีบริการสาธารณะให้แก่ประชาชน (A Plural State: Where Multiple Interdependent Actors Contribute to The Delivery of Public Services) ส่วนรัฐพหุนิยม (Pluralist State) เป็นบริบทที่ภาครัฐต้องเผชิญกับสภาพสังคมที่มีความแตกต่างหลากหลายในมิติต่างๆ (A Pluralist State: Where Multiple Processes Inform The Policy-Making System) (Osborne, 2010) ดังนั้น แนวคิดการจัดการปกครองสาธารณะแนวใหม่ (NPG) จึงเป็นความพยายามที่จะทำความเข้าใจถึงการพัฒนากำหนดนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติและการส่งมอบบริการสาธารณะในสภาพของความเป็นจริง ภายใต้สถานการณ์ของรัฐในศตวรรษที่ 21 ที่มีทั้ง ความแตกต่างหลากหลายและความสลับซับซ้อนของตัวแสดงที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับการทำงาน ของภาครัฐ อีกทั้งความซับซ้อนของสังคมแบบพหุและความหลากหลายของหน่วยงานหรือองค์กร ต่างๆ ที่อยู่ภายในโครงสร้างของรัฐเอง

Kennett (2010) ได้นำเสนอว่าการจัดการปกครองสาธารณะแนวใหม่ (NPG) เป็นความสัมพันธ์รูปแบบใหม่ระหว่างรัฐกับสังคม โดยที่กิจกรรมต่างๆ อันเป็นสาธารณะมิได้ผูกขาดอยู่ที่ภาครัฐแต่เพียงฝ่ายเดียว แต่เกิดจากปฏิสัมพันธ์อันหลากหลาย (A Plurality of Actors) ของผู้คนจากหลายๆ ภาคส่วนที่คำนึงถึงผลประโยชน์ และให้ความสนใจที่จะเข้ามามีบทบาทในกิจกรรมสาธารณะ Kennett มองว่า NPG เป็นการเปลี่ยนแปลงมุมมองจากการบริหารภาครัฐแบบดั้งเดิมที่ปกครองในเชิงสังคมนิยม (The Realist Perception of Old Government) และระบบเวสต์ฟาเลีย (Westphalian System) ที่มีการแบ่งแต่ละรัฐออกจากกันอย่างอิสระ และแต่ละรัฐมีอำนาจอธิปไตยเป็นของตนเอง ความเป็นรัฐชาติและการรวมศูนย์อำนาจ แต่แนวคิด NPG มองการบริหารภาครัฐ

แบบเดิมว่าเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการปกครองสาธารณะแนวใหม่เท่านั้น เพราะ NPG คือ การมี ทุกๆ ภาคส่วนที่หลากหลายเข้าร่วมในกิจกรรมของภาครัฐทั้งการกำหนดนโยบาย การนำนโยบายไป ปฏิบัติ และการส่งมอบบริการสาธารณะ มุมมองในการวิเคราะห์การจัดการปกครองสาธารณะแนว ใหม่ (NPG) จำแนกออกเป็น 5 รูปแบบ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. การจัดการปกครองในรูปแบบของสังคม-การเมือง (Socio-Political Governance) แนวทางนี้มุ่งให้ความสนใจในการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างองค์ภาครัฐกับสังคม (institutional Relationship Within Society) โดยมีมุมมองว่า รัฐบาลหรือฝ่ายการเมืองไม่ใช่ ตัว แสดงหลักที่มีบทบาทในการกำหนดนโยบายสาธารณะและส่งมอบบริการสาธารณะแต่เพียง ฝ่ายเดียว แต่ยังเกี่ยวข้องสัมพันธ์กับสถาบัน และปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันกับตัวแสดงอื่นๆ ในสังคม โดยการมอง แบบรวมทั้งหมด (Totality) เพื่อจะได้เข้าใจถึงการกำหนดนโยบายและการนำนโยบายสาธารณะไป ปฏิบัติ การวิเคราะห์แบบรวมทั้งหมดดังกล่าวนี้ มองว่ากระบวนการนโยบายมักขึ้นอยู่กับผู้กระทำการ ทางสังคมอันหลากหลายต่างๆ (Societal Actors) ที่จะให้ความชอบธรรมและสามารถบรรลุผลในทาง ปฏิบัติแก่นโยบายเหล่านั้นได้ ก็ต่อเมื่อกระบวนการดังกล่าวดำเนินการภายใต้ความสัมพันธ์ที่ สอดคล้องกันระหว่างภาครัฐกับภาคสังคม (Kooiman, 1999)

2. การจัดการปกครองในรูปแบบนโยบายสาธารณะ (Public Policy Governance) แนวคิด นี้ให้ความสนใจไปที่ วิธีการปฏิสัมพันธ์ระหว่างชนชั้นนำทางด้านนโยบาย กับชุมชนเครือข่ายต่างๆ (Policy Elites and Networks Interact) ในการสร้างสรรค์และมีอิทธิพลต่อการกำหนดกระบวนการ นโยบายสาธารณะ การจัดการปกครองในรูปแบบนี้มองว่าศูนย์กลางของการกำหนด และการนำ นโยบายไปปฏิบัติ รวมทั้งการส่งมอบบริการสาธารณะมิใช่หน้าที่ภาครัฐแต่เพียงฝ่ายเดียวอีกต่อไป แต่ จะประกอบไปด้วยการทำงานร่วมกันของชุมชน และเครือข่ายต่างๆ ที่ประกอบไปด้วยตัวแสดงที่ หลากหลายภาคส่วนที่มีผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดการจัดการภาครัฐแบบ ดั้งเดิม (PA) ที่มีภาครัฐเป็นตัวแสดงหลักโดยมีกลุ่มนักการเมืองเป็นผู้กำหนดนโยบายและมีฝ่าย ข้าราชการประจำเป็นผู้นำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ตามแนวคิดการเมืองและการบริหารควรแยกออก จากกันของ Woodrow Willson (Willson, 2007)

3. การจัดการปกครองในรูปแบบของการบริหารราชการ (Administrative Governance) แนวคิดนี้ให้ความสนใจไปที่การประยุกต์ใช้การบริหารภาครัฐแบบดั้งเดิม (Public Administration - PA) ให้เกิดประสิทธิผลกับการบริหารงานสาธารณะในบริบทปัจจุบัน พร้อมกับเสนอให้ปรับปรุง แนว ทางการปฏิบัติภายใต้หลักการการบริหารภาครัฐแบบดั้งเดิมเสียใหม่ เพื่อให้สอดคล้องกับ การบริหาร จัดการภาครัฐที่มีความซับซ้อนของยุคสมัยปัจจุบัน การวิเคราะห์ในมุมมองที่เปลี่ยนแปลงไปของ แนวคิดนี้ให้ความสำคัญในการศึกษาแนวทางการนำนโยบายไปปฏิบัติและการส่งมอบบริการสาธารณะ และการพัฒนากรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีที่เหมาะสมกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปของกระแสสังคมโลกใน ยุคปัจจุบัน การจัดการปกครองในรูปแบบนี้ ยังอยู่บนหลักการบริหารงานภาครัฐแบบดั้งเดิม (PA) แต่ ต้องมีการปรับปรุงสาระสำคัญในเรื่องของกรอบแนวคิดและหลักการปฏิบัติ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาวะ ทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยการนำแนวคิด การจัดการปกครองสาธารณะ

มาปรับใช้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนาบริการสาธารณะของรัฐจำนวนมากมาให้เครือข่ายขององค์กรไม่แสวงหากำไรและองค์กรเอกชนแสวงหากำไรเป็นผู้รับเหมาช่วงจนทำให้ภาครัฐเองกลายเป็น “รัฐกลวง” (Hollow State) (Ewalt, 2001) นั้นแสดงให้เห็นว่า รัฐไม่สามารถจัดการบริหารได้เพียงลำพังอีกต่อไป และในการบริหารราชการรัฐก็ไม่ใช่ตัวแสดงที่มีฐานะเหนือกว่าตัวแสดงอื่นๆ ในสังคม ทำให้การบริหารจัดการสังคมปราศจากศูนย์กลางในการใช้อำนาจตัดสินใจ (Salamon (2002); Lynn; Heinrich & Hill (2001) และ Frederickson (1999) อ้างถึงใน Osborne (2010)

4. การจัดการปกครองในรูปแบบของระบบสัญญา (Contract Governance) แนวคิดนี้ ให้ความสนใจไปยัง การบริหารงานสาธารณะภายใต้กรอบแนวคิด การจัดการสาธารณะแนวใหม่ (New Public Management: NPM) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำกลไกการสร้างความสัมพันธ์ เชิงพันธะสัญญา (Contractual Relationships) มาใช้สำหรับการส่งมอบบริการสาธารณะของภาครัฐ และเสนอให้นำรูปแบบของการจัดการปกครองมาใช้ ในฐานะของการเปิดให้บริษัทเอกชนทำหน้าที่ รับทำสัญญาในการให้บริการสาธารณะแก่สาธารณชน โดยรัฐจะต้องมีการประสานงานและกำกับติดตามการดำเนินงานของบริษัทรับทำสัญญาต่างๆ เหล่านี้ได้ อย่างไรก็ตามจึงจะทำให้ประชาชน มีความพึงพอใจในบริการที่ได้รับ แนวคิดนี้มองว่ารัฐสมัยใหม่ต้องแบกความรับผิดชอบในระบบ การให้บริการสาธารณะจึงต้องมีการอาศัยระบบการทำสัญญาแทนระบบราชการแบบดั้งเดิม (Kettl 1993 และ 2000 อ้างถึงใน Osborne (2010)

5. การจัดการปกครองในรูปแบบของเครือข่าย (Network Governance) แนวคิดนี้ ให้ความสนใจไปที่การวิเคราะห์ถึงวิธีการทำงานของเครือข่ายที่มีการประสานงานร่วมกันระหว่างองค์กรจัดการตนเองต่างๆ (Self-Organizing of Inter-organizational Networks) ในการจัดตั้งตนเองของเครือข่าย ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรดังกล่าวนี้ทำหน้าที่ให้บริการสาธารณะ โดยมีรัฐเข้าร่วมเป็นหุ้นส่วนหนึ่ง (A Partner) ของเครือข่ายดังกล่าวอยู่ด้วยหรือไม่ก็ได้ แนวคิดนี้คล้ายคลึงกับแนวคิดการจัดการปกครองในรูปแบบนโยบายสาธารณะ (Public Policy Governance) หากแตกต่างกันตรงที่แนวคิดการจัดการปกครองในรูปแบบนโยบายสาธารณะ ให้ความสนใจต่อบทบาทของชนชั้นนำทางนโยบายในการเข้าไปมีปฏิสัมพันธ์กับเครือข่าย เพื่อการริเริ่มและกำหนดกระบวนการนโยบายสาธารณะ แต่แนวคิดการจัดการปกครองในรูปแบบของเครือข่าย มุ่งความสนใจไปที่บทบาทของเครือข่ายของตัวแสดงที่มีบทบาทร่วมในการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติและกระบวนการนโยบายสาธารณะของภาครัฐ (Osborne, 2010)

ธรรมาภิบาลแนวใหม่กับการบริหารภาครัฐของไทย

การนำกระบวนการธรรมาภิบาลแนวใหม่ในกรอบของกฎหมายไปสู่การปฏิบัติอาจต้องการทักษะที่คล้ายคลึงกันกับทักษะของนักบริหารภาครัฐ กล่าวคือผู้บริหารจะต้องมีทักษะในการประชุม การประเมินความขัดแย้ง การเสริมสร้างความร่วมมือ การเจรจาต่อรอง การฟังอย่างตั้งใจ การเปลี่ยนมุมมองใหม่ การอำนวยความสะดวกและการสร้างฉันทามติ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม สิ่งที่ไม่มีการกล่าวถึงก็คือผู้บริหารภาครัฐจะใช้ทักษะอย่างไรในการกำหนดนโยบาย การนำนโยบายไปสู่ การปฏิบัติ การบังคับใช้

กฎหมาย หรือผู้บริหารภาครัฐจะต้องเจรจาท่องกับผู้ใด จะทำอย่างไรในการประสานงานกับกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเครือข่ายขององค์การภาครัฐจะทำอย่างไรเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมผูกพัน หรือเข้ามามีส่วนร่วมได้กว้างขวางเพียงใด และเพื่อที่จะตอบคำถามดังกล่าวข้างต้น นอกจากนั้นจำเป็นต้องเข้าใจกรอบของกฎระเบียบข้อบังคับที่สนับสนุนกระบวนการของธรรมาภิบาลแนวใหม่เสียก่อนถึงแม้ว่าธรรมาภิบาลจะเป็นคำศัพท์ในแวดวงวิชาการมานานพอสมควรแล้วก็ตาม แต่ในปัจจุบันธรรมาภิบาลยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้น

การบริหารภาครัฐของไทยได้มีการนำหลักธรรมาภิบาลเข้ามาเป็นกรอบแนวทางในการบริหารประเทศมาแล้วหลายครั้งซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบนโยบายหรือกฎระเบียบการบริหารราชการต่างๆ แต่ที่เห็นเด่นชัดตั้งแต่ในอดีตมาจนปัจจุบันที่นำหลักการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่หรือธรรมาภิบาลมาใช้ ซึ่งสถาบันพระปกเกล้าได้รวบรวมไว้ ได้แก่ (บุญเกียรติ การะเวกพันธ์ และคณะ, 2560)

1. พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ.2545 เหตุผลในการตราพระราชบัญญัตินี้คือ เพื่อเป็นการปรับปรุงระบบบริหารราชการเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานตอบสนองต่อการพัฒนาประเทศและการให้บริการแก่ประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นโดยกำหนดให้การบริหารราชการแนวทางการใหม่ต้องมีการกำหนดนโยบาย เป้าหมาย และแผนการปฏิบัติงานเพื่อให้สามารถประเมินผลการปฏิบัติราชการในแต่ละระดับได้อย่างชัดเจน มีกรอบการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีเป็นแนวทางในการกำกับกำหนดยุทธศาสตร์และการปฏิบัติราชการ และเพื่อให้กระทรวงสามารถจัดการบริหารงานให้เป็นไปตามเป้าหมายได้ จึงกำหนดให้มีรูปแบบการบริหารใหม่ โดยกระทรวงสามารถแยกส่วนราชการจัดตั้งเป็นหน่วยงานตามภาระ หน้าที่ เพื่อให้เกิดความคล่องตัวและสอดคล้องกับเป้าหมายของงานที่จะต้องปฏิบัติและกำหนดให้มีกลุ่มภารกิจของส่วนราชการต่างๆ ที่มีงานสัมพันธ์กัน เพื่อที่จะสามารถกำหนดเป้าหมายการทำงานร่วมกันได้ และมีผู้รับผิดชอบกำกับการบริหารงานของกลุ่มภารกิจนั้นโดยตรงเพื่อให้งานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว รวมทั้งให้มีการประสานการปฏิบัติงาน และการใช้งบประมาณเพื่อที่จะให้การบริหารงานของทุกส่วนราชการบรรลุเป้าหมายของกระทรวงได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดความซ้ำซ้อน มีการมอบหมายงานเพื่อลดขั้นตอนการปฏิบัติราชการ และสมควรกำหนดการบริหารราชการในต่างประเทศให้เหมาะสมกับลักษณะการปฏิบัติหน้าที่และสามารถปฏิบัติการได้อย่างรวดเร็วและมีเอกภาพ โดยมีหัวหน้าคณะผู้แทนเป็นผู้รับผิดชอบ ในการบริหารราชการ นอกจากนี้สมควรให้มีคณะ กรรมการพัฒนาระบบราชการเพื่อเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดูแลการจัดส่วนราชการและการปรับปรุงระบบการทำงานของภาคราชการให้มีการจัด ระบบราชการอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

2. พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ.2546 ได้กำหนดขอบเขต แบบแผน วิธีปฏิบัติราชการ เพื่อเป็นไปตามหลักการบริหารภาครัฐแนวใหม่ ดังนี้ 1) เกิดประโยชน์สุขของประชาชน 2) เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ 3) มีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของรัฐ 4) ไม่มีขั้นตอนการปฏิบัติงานเกินความจำเป็น 5) มีการปรับปรุงภารกิจของส่วนราชการให้ทันต่อเหตุการณ์ 6) ประชาชนได้รับการอำนวยความสะดวก และได้รับการตอบสนอง 7) มีการ

ประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งได้แก่ การตรวจสอบและวัดผล การปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดระบบการควบคุมตนเอง

3. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการ พ.ศ.2546 - 2550 ได้กำหนดเป้าประสงค์หลักของการพัฒนาระบบราชการไทย 4 ประการ 1) พัฒนาคุณภาพการให้บริการประชาชนที่ ดีขึ้น 2) ปรับบทบาทภารกิจ และขนาดให้มีความเหมาะสม 3) ยกระดับขีดความสามารถและมาตรฐานการทำงานให้อยู่ในระดับสูงเทียบเท่าเกณฑ์สากล 4) ตอบสนองต่อการบริหารปกครองในระบอบประชาธิปไตย

โดยกำหนดยุทธศาสตร์ 7 ด้านเพื่อให้การบริหารราชการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนี้ ยุทธศาสตร์ 1 การปรับเปลี่ยนกระบวนการและวิธีการทำงาน ประกอบด้วย 9 มาตรการ ยุทธศาสตร์ 2 การปรับปรุงโครงสร้างการบริหารราชการแผ่นดิน ประกอบด้วย 4 มาตรการ ยุทธศาสตร์ 3 การรื้อปรับระบบการเงินและการงบประมาณ ประกอบด้วย 8 มาตรการ ยุทธศาสตร์ 4 การสร้างระบบบริหารงานบุคคลและค่าตอบแทนใหม่ ประกอบด้วย 7 มาตรการ ยุทธศาสตร์ 5 การปรับเปลี่ยน กระบวนทัศน์วัฒนธรรมและค่านิยม ประกอบด้วย 4 มาตรการ ยุทธศาสตร์ 6 การเสริมสร้างระบบราชการให้ทันสมัย ประกอบด้วย 4 มาตรการ และยุทธศาสตร์ 7 การเปิดระบบราชการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ประกอบด้วย 6 มาตรการ

4. การประเมินผลการปฏิบัติราชการตาม คำรับรองการปฏิบัติราชการของส่วนราชการ (Key Performance Indicators) : KPI โดยให้มีการประเมินการปฏิบัติราชการ ใน 2 องค์ประกอบ ตามหนังสือสำนักงาน ก.พ.ที่ นร 1012/ว 20 ลงวันที่ 3 กันยายน 2552 เรื่อง หลักเกณฑ์และวิธีการประเมินผลการปฏิบัติราชการของข้าราชการพลเรือนสามัญ และหนังสือสำนักงาน ก.พ. ที่ นร 100/ว 27 ลงวันที่ 29 กันยายน 2552 เรื่อง มาตรฐานและแนวทางกำหนดความรู้ความสามารถ ทักษะ และสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับตำแหน่งข้าราชการพลเรือนสามัญ คือ 1) ผลสัมฤทธิ์ของการปฏิบัติราชการ 2) พฤติกรรมการปฏิบัติราชการหรือสมรรถนะ

5. การบริหารราชการแบบบูรณาการ(CEO) ซึ่งมีลักษณะสำคัญคือ (พระครูกิตติ สุตาทิราม, 2553: 150)

5.1 เป็นระบบบริหารจัดการในแนวนอน เป็นการทำงานร่วมกันของทุกฝ่าย โดยมีการแบ่งแยกหน้าที่ และกำหนดขอบเขตงานในแต่ละฝ่าย ซึ่งการบริหารแบบแนวราบนั้นจะประสบความสำเร็จได้ต้อง มีลำดับขั้นน้อยที่สุด และมีการให้อำนาจแก่ทีมงาน การบริหารรูปแบบนี้เหมาะกับภาวะที่มีการเปลี่ยนแปลงทางสิ่งแวดล้อมอย่างรวดเร็ว

5.2 เป็นระบบการบริหารที่มุ่งผลประโยชน์ ของประชาชนเป็นหลัก โดยการใช้ทรัพยากรร่วมกัน เพื่อมุ่งไปสู่ผลสำเร็จและเป้าหมาย รวมทั้งสร้างเสริมความสัมพันธ์และขวัญกำลังใจ

5.3 เป็นระบบบริหารจัดการที่อยู่ภายใต้กรอบของบทบัญญัติและเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ และโครงสร้างการจัดระเบียบบริหารราชการแผ่นดินในปัจจุบัน รวมทั้งหลักการการบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี (Good Governance) แต่ได้รับการสนับสนุนทรัพยากรทางการบริหาร ที่จำเป็นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

6. แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการไทย (พ.ศ.2556 - พ.ศ.2561) ได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ที่สอดคล้องกับการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่ โดยกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์จำนวน 7 ยุทธศาสตร์

แนวทางในการบริหารองค์การตามกระบวนการทศวรรษภิบาลแนวใหม่

การนำกระบวนการทศวรรษภิบาลแนวใหม่ หรือการบริหารการจัดการที่ดี หรือการบริหารภาครัฐแนวใหม่มาประยุกต์ใช้ในการบริหารการจัดการและปฏิบัติการในองค์การนั้น มีจุดประสงค์สำคัญคือการสร้างความพึงพอใจอย่างสูงสุดให้กับประชาชน ดังนั้นผู้เขียนจึงขอเสนอแนวทางในการบริหารองค์การตามกระบวนการทศวรรษภิบาลแนวใหม่ โดยนำแนวทางในการบริหารองค์การโดยยึดหลักธรรมาภิบาลประกอบด้วย 6 ประการ ดังต่อไปนี้ (วรเดช,2562)

1.การนำหลักนิติธรรมมาใช้ ในการบริหารงานสามารถประยุกต์ใช้ภายใต้แนวทาง ดังต่อไปนี้

1.1 กฎหมาย และระเบียบวิธีที่ออกมาบังคับใช้กับสมาชิกในองค์การควรจะต้องผ่านการรับฟังความคิดเห็นจากสมาชิกในองค์การ และให้ผู้แทนของสมาชิกในองค์การได้เข้ามามีส่วนร่วม ในการเสนอความคิดเห็นทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับหลักนิติธรรมในภาพรวมชื่อว่ากฎหมาย และระเบียบที่จะออกมาบังคับใช้กับประชาชนในประเทศควรจะต้องผ่านการรับฟัง และได้รับความเห็นชอบจากประชาชนส่วนใหญ่ ซึ่งในระบอบประชาธิปไตยกฎหมายที่ออกมาบังคับใช้ จะต้องผ่านความเห็นชอบของสมาชิก หรือสภาผู้แทนราษฎรซึ่งถือว่าเป็นกระบวนการประชาธิปไตย ในการใช้หลักนิติธรรมแต่ในระบอบเผด็จการหรืออำนาจนิยมกฎหมายจะออกมาบังคับใช้ จากคณะบุคคลโดยไม่ผ่านความเห็นชอบของตัวแทนประชาชน จึงถือเป็นการปกครอง โดยใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือซึ่งเป็นหลักการ ที่ตรงกันข้ามกับหลักของนิติธรรม

1.2 การบังคับใช้กฎหมายจะต้องไม่มีการเลือกปฏิบัติหรือไม่มีหลายมาตรฐาน แนวทางนี้ถือได้ว่าเป็นแนวทางของการบังคับใช้หลักนิติธรรม ในระบบการเมืองที่เป็นประชาธิปไตยที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้เป็นหลักในการบริหารงานในองค์การได้ ทั้งนี้เพราะหากมีการใช้กฎหมายและระเบียบในองค์การอย่างเสมอภาคเป็นธรรม โดยไม่มีการเลือกปฏิบัติแล้วก็จะทำให้การบริหารงานเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล แต่ในทางตรงกันข้ามหากมีการเลือกปฏิบัติหรือมีการช่วยเหลือแก่พรรคพวกของผู้มีอำนาจในองค์การก็จะทำให้เกิดระบบพวกพ้องและเป็นการทำลายหลักคุณธรรมของการบริหารงานบุคคล

1.3 การบังคับใช้กฎหมายไม่ควรจะมีผลย้อนหลังในทางที่เป็นโทษ หลักการนี้ถือเป็นหลักการสากล และสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการบริหารงานในองค์การทั้งภาครัฐและภาคเอกชนได้เพราะหากมีการบังคับใช้ย้อนหลังในลักษณะที่ทำให้เกิดผลเสียกับบุคคลก็จะถือได้ว่าเป็นการขัดกับหลักนิติธรรม อาจจะมีข้อยกเว้นในบางกรณี เช่น การพิจารณาลงโทษผู้กระทำความผิดในฐานะเป็นอาชญากรสงคราม

1.4 ต้องเปิดโอกาสให้ผู้ถูกกล่าวหามีโอกาสสู้คดีเต็มที่ หลักการนี้ถือเป็นหลักการสากล เพื่อที่จะทำให้กระบวนการยุติธรรมได้รับการยอมรับและสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการบริหารงานในองค์การได้ ในกรณีที่ต้องพิจารณากล่าวโทษสอบสวนผู้ที่กระทำความผิดทางวินัย วงการนั้นก็จะต้องเปิดโอกาสให้ผู้ถูกกล่าวหาพยานหลักฐานมาชี้แจงเพื่อต่อสู้คดีและเพื่อแสดงความบริสุทธิ์ของตนได้อย่างเต็มที่

1.5 ในการบริหารงานจะต้องไม่ยึดถือหลักเหมารวม ทั้งนี้เพราะสภาพของกฎหมายที่ว่ ปล่อยผู้ที่สงสัยว่ากระทำความผิด 10 คนไปตีกว่าลงโทษผู้บริสุทธิ์เพียงคนเดียว หลักการนี้สามารถนำมา ประยุกต์ใช้กับการบริหารงานในองค์กรได้เมื่อมีผู้หนึ่งผู้ใดกระทำความผิดผู้บริหารก็จำเป็นต้องสอบสวน ลงโทษเฉพาะผู้ที่กระทำความผิดเท่านั้นจะไม่เหมารวมลงโทษผู้อื่นที่ไม่ได้เกี่ยวข้องไม่ได้จะเป็นการขัดกับ หลักนิติธรรมในการบริหารงาน

2. การนำหลักความโปร่งใสมาใช้ในการบริหารงาน สามารถประยุกต์ใช้ภายใต้แนวทางดังต่อไปนี้

2.1 ในการบริหารงานโดยยึดหลักความโปร่งใสจะต้องเน้นเน้นการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับ กฎเกณฑ์กติกากระบวนการการทำงาน หรือนโยบายให้ผู้เกี่ยวข้องได้ทราบ ซึ่งในกรณีดังกล่าวถือว่าเป็น เรื่องสำคัญในการบริหารงานบุคคลเช่น (1) ในการสรรหาบุคคลเข้ารับราชการจะต้องมีการเปิดสอบแข่งขัน ทั่วไปและจะต้องมีการประกาศแจ้งให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้รับทราบก่อนล่วงหน้า (2) การเลื่อนตำแหน่งควร จะมีการทำในรูปของคณะกรรมการมีการใช้ระบบคุณธรรมเข้ามาใช้ในการพิจารณา ควรมีการพิจารณา ความสามารถของบุคคล เหมาะสมกับตำแหน่ง (3) การแต่งตั้งโยกย้ายผู้บริหารระดับสูงของรัฐควรมี คณะกรรมการกลาง การบริหารงานบุคคลเพื่อพิจารณาให้ความเป็นธรรมกับผู้ปฏิบัติหน้าที่ที่เป็น ประโยชน์กับทางการ แทนที่จะใช้อำนาจในการแต่งตั้งโยกย้ายอยู่ที่หัวหน้าส่วนราชการหรืออยู่ที่รัฐมนตรี ซึ่งเป็นข้าราชการการเมือง (4) ในด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมกับทุกฝ่าย จึงควรมีตัวชี้วัดผลการปฏิบัติงานที่เป็นรูปธรรมและเปิดเผยต่อสาธารณะ (5) ในการเปิดเผยข้อมูลของ ทางราชการให้กับประชาชนควรจัดทำโดยเปิดเผยอย่างแพร่หลายและทั่วถึงและรวดเร็ว

2.2 ในส่วนที่เกี่ยวกับข้อมูลโครงการและงบประมาณของรัฐ ตลอดจนระบบการประมูล และ การจัดซื้อจัดจ้าง ควรดำเนินการโดยมีการประกาศแจ้งข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อออนไลน์ ให้มีการ เผยแพร่ข้อมูลอย่างทั่วถึง นอกจากนี้ยังต้องมีประมูลผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์และควรเปิดโอกาสให้ ตัวแทนชุมชน หรือประชาคมร่วมเป็นคณะกรรมการตรวจรับการจัดซื้อจัดจ้างของรัฐ

3. การนำหลักความรับผิดชอบมาใช้ในการบริหารงาน สามารถประยุกต์ใช้ภายใต้แนวทาง ดังต่อไปนี้การตัดสินใจใดๆ ของภาครัฐภาคเอกชนและภาคประชาสังคมจะต้องกระทำโดยมีพันธะความ รับผิดชอบต่อสิ่งที่ได้กระทำไปต่อสาธารณชน หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับหน่วยงานนั้นโดยคำนึงถึง ผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับส่วนรวมเป็นหลักหลักการใหญ่ข้างต้นนี้ สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการ บริหารงานของแต่ละองค์กรได้โดยผลิตภัณฑ์ หรือการให้บริการใดๆ ที่องค์กรได้ขาย หรือให้บริการกับ ลูกค้า หรือผู้รับบริการหากเกิดผลเสียแก่ผู้รับบริการในประเด็นใดประเด็นหนึ่งผู้บริหารองค์กรจะต้อง แสดงความรับผิดชอบต่ออาจจะต้องมีการดำเนินการต่างๆ เช่นเรียกคืน สินค้าที่บกพร่องกลับสู่องค์กร พร้อมชดใช้เงินค่าเสียหายให้กับลูกค้าเต็มตามจำนวน หรือหากมีกรณีที่มีการให้บริการสาธารณะที่ ผิดพลาดก่อให้เกิดความเสียหายบาดเจ็บล้มตาย เช่น กรณีเรือที่ทางราชการให้บริการจัดเกิดขึ้นเกิดเรือล่ม ทางราชการก็ต้องเข้ามาช่วยเหลือ และชดใช้ค่าเสียหายให้กับผู้รับบริการหรือญาติ และครอบครัวโดย ทันที และจะต้องมีการชดใช้ค่าเสียหายให้อย่างเป็นธรรมเสมอภาค และไม่มีทางเลือกปฏิบัติ

4. การนำหลักความคุ้มค่ามาใช้ในการบริหารงานสามารถประยุกต์ใช้ภายใต้แนวทางดังต่อไปนี้

4.1. ในการบริหารงานภาครัฐ การจะใช้งบประมาณจะต้องพิจารณาถึงความต้องการที่แท้จริงของประชาชน และจะต้องจัดทำโครงการที่สามารถสนองต่อความต้องการที่แท้จริงของชุมชน และสังคมนั้นได้อีกทั้งยังจะต้องยึดถือหลักประสิทธิภาพ ซึ่งหมายถึงจะต้องมีการใช้งบประมาณเพื่อก่อให้เกิดผลงานได้ในระยะยาว ตัวอย่างเช่น หากมีการใช้งบประมาณเพื่อทำการขุดลอกคลอง ก็อาจจะพิจารณาได้ว่า เป็นการใช้งบประมาณที่อาจจะไม่เกิดประสิทธิภาพเช่นเดียวกับการสร้างถนนโรยกรวดซึ่งเมื่อฝนตกมาแล้วก็จะเสียหาย และก็จะทำการสร้างสนามใหม่ทุกๆ ปีซึ่งถือเป็นการจัดโครงการที่ไม่มีประสิทธิภาพและไม่เกิดความคุ้มค่าในขณะเดียวกัน หากมีการสร้างถนนคอนกรีต ก็จะเข้ากับหลักประสิทธิภาพเพราะเหตุว่าเมื่อสร้างเสร็จแล้วก็จะสามารถใช้งานได้เป็นเวลาหลายปีหรือการสร้างสะพานสร้างแม่น้ำอย่างถาวรเมื่อสร้างเสร็จก็จะสามารถใช้ได้เป็นระยะเวลาหลายสิบปี ก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการใช้งานและเกิดความคุ้มค่า

4.2 ส่วนในแง่ของประสิทธิผลการใช้จ่ายของรัฐควรเน้นความสามารถในการแก้ปัญหาความไม่เท่าเทียมกันในสังคมด้วย เช่น แทนที่จะแจกเงินงบประมาณให้กับผู้สูงอายุทุกคนโดยไม่มีการคำนึงถึงหลักเกณฑ์ด้านฐานะของผู้สูงอายุก็จะทำให้เกิดความไม่เป็นธรรมเพราะจะทำให้ผู้ที่ไม่สมควรได้เพราะมีฐานะร่ำรวยกับได้รับความช่วยเหลือ ส่วนผู้ที่มีฐานะยากจนแทนที่จะได้รับความช่วยเหลืออย่างเต็มที่ก็กลับได้รับความช่วยเหลือเพียงบางส่วนหรือภายในระยะเวลาที่จำกัด

5. การนำหลักการการมีส่วนร่วมมาใช้ในการบริหารงาน สามารถประยุกต์ใช้ภายใต้แนวทางดังต่อไปนี้

5.1 ในการบริหารงานขององค์การภาครัฐ ควรมีการนำหลักการมีส่วนร่วมเข้ามาใช้ให้ครอบคลุมทั้งกระบวนการซึ่งปกติกระบวนการของการมีส่วนร่วมจะเริ่มต้นตั้งแต่ (1) การให้ประชาชนร่วมคิด (2) การส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมวางแผนในการดำเนินงานร่วมกับภาครัฐ (3) การให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (4) การส่งเสริมให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเข้าร่วมทำในกิจกรรมของรัฐ (5) การส่งเสริมให้ประชาชนร่วมติดตามผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐ (6) การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานกับองค์การของรัฐและ (7) การส่งเสริมให้ประชาชนได้เข้ามามี ส่วนในการเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไขในการปฏิบัติงานของรัฐ ยิ่งมีการบริหารงานโดยส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทั้งกระบวนการก็จะยิ่งทำให้เกิดธรรมาภิบาลในการบริหารงานมากขึ้น และประโยชน์สาธารณะก็จะเกิดแก่ส่วนรวมมากขึ้น

5.2 ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วม โดยให้มีการจัดตั้งองค์การสาธารณะประโยชน์ ทั้งในรูปแบบของสมาคม และมูลนิธิให้มากขึ้น รวมถึงการส่งเสริมให้เกิดประชาสังคม ผ่านการรวมตัวของผู้แทนเครือข่ายชุมชนต่างๆ

5.3 ในกระบวนการการมีส่วนร่วม ควรส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างชายและหญิง เพื่อให้เกิดสิทธิและเสรีภาพโดยเท่าเทียมกัน

5.4 ควรส่งเสริมให้มีแนวความคิด ความเป็นตัวแทนของรัฐบาล ซึ่งหมายถึง ในการบริหารองค์การภาครัฐ ควรจะต้องมีการพิจารณาว่าในพื้นที่ที่องค์การภาครัฐนั้นให้บริการอยู่ชุมชนส่วนใหญ่เป็นใคร เช่นในกรุงเทพมหานครชุมชนส่วนใหญ่เป็นคนภาคกลางร้อยละ 70 แต่เป็นคนภาคใต้ร้อยละ 10 เป็น

เป็นคนภาคเหนือร้อยละ 10 และคนภาคอีสานร้อยละ 10 ภายใต้ข้อมูลนี้ก็ควรมีการนำแนวคิดของรัฐบาลที่เป็นตัวแทนมาใช้ โดยจัดให้มีค่าราชการขององค์การนั้นเป็นตัวแทนของคนใน แต่ละภาคเป็นสัดส่วนที่เหมาะสมกับจำนวนประชาชนภาคต่างๆที่มาอยู่ในกรุงเทพฯ (Niskanen, 1971)

6. การนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารงาน สามารถประยุกต์ใช้ภายใต้แนวทางการบริหารงานขององค์การภาครัฐ ควรนำหลักคุณธรรมประจำตนของผู้ปกครองบ้านเมืองมาใช้ หรือที่เรียกอีกอย่างหนึ่งว่าหลักทศพิธราชธรรม ซึ่งครอบคลุมถึงแนวทาง ดังต่อไปนี้

1) การส่งเสริมให้ข้าราชการ รู้จักใช้งบประมาณให้เกิดประโยชน์กับประชาชนให้มากที่สุดซึ่งเทียบได้กับทานหรือการให้

2) มีการส่งเสริมให้ข้าราชการมีการประพฤติปฏิบัติที่ดี เทียบได้กับศีล

3) การส่งเสริมให้ข้าราชการเสียสละความสุขส่วนตน เพื่อส่วนรวมซึ่งเทียบได้กับ การบริจาค

4) การส่งเสริมให้ข้าราชการ ดำรงตนอยู่ในความซื่อสัตย์สุจริตซึ่งเทียบได้กับความซื่อตรง

5) การส่งเสริมให้ข้าราชการปฏิบัติต่อประชาชนด้วยความมีสัมมาคารวะ มีความอ่อนโยนแต่ไม่อ่อนแอเทียบได้กับความอ่อนโยน

6) ควรส่งเสริมให้ข้าราชการปฏิบัติงานให้กับประชาชนด้วยความอดุสาหะไม่เกียจคร้านโดยยึดถือประโยชน์ของประชาชนเป็นที่ตั้งซึ่งเทียบได้กับความเพียร

7) ควรส่งเสริมให้ข้าราชการใช้อำนาจหน้าที่ให้เป็นไปตามควรแก่กรณีไม่แสดงอำนาจบาตรใหญ่ หรือไม่ใช้อำนาจลงโทษผู้กระทำความผิดโดยไม่มีเหตุผลเทียบได้กับความไม่โกรธ

8) ควรส่งเสริมให้ ข้าราชการไม่เบียดเบียนประชาชนไม่ใช้อำนาจหน้าที่ในการเรียกร้องหาผลประโยชน์จากประชาชนเทียบได้กับไม่เบียดเบียน

9) ควรส่งเสริมให้ข้าราชการมีความอดทนปฏิบัติหน้าที่ด้วยความเรียบร้อยทั้งโดยกายวาจาและใจซึ่งเทียบได้กับหลักความอดทน (ขันติ)

10) ควรส่งเสริมให้ข้าราชการปฏิบัติหน้าที่โดยยึดถือความถูกต้องเที่ยงธรรมไม่มีอคติทั้งโดยคำพูดอารมณ์ หรือเพราะลาภสักการะใดๆ ซึ่งเทียบได้กับหลักความเที่ยงธรรม การยึดถือหลักการเป็นที่ตั้ง

บทสรุป

แนวความคิดธรรมาภิบาลแนวใหม่ ธรรมาภิบาลแนวใหม่เป็นแนวทางการบริหารงานภาครัฐยุคใหม่ ซึ่งมีความหมายถึงเครือข่ายในแนวราบที่ประกอบไปด้วยองค์การภาครัฐ องค์การภาคเอกชน และองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไร รวมกันเป็นโครงสร้างของธรรมาภิบาล รูปแบบองค์การดังกล่าวนี้มีความแตกต่างจากแนวทางการตัดสินใจแบบดั้งเดิมที่เน้นลำดับชั้นการบังคับบัญชา นอกจากนี้ยังมีลักษณะที่เด่นชัดอีกประการหนึ่งคือการให้ความสำคัญกับประชาชน ตลอดจนกระบวนการที่ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในงานของรัฐบาล ในภาพรวมจะเห็นได้ว่าการบริหารภาครัฐของไทยภายใต้รัฐประศาสนศาสตร์ในบริบทสากล ได้มีวิวัฒนาการของการเปลี่ยนแปลงจากระบบราชการแบบดั้งเดิมมาสู่การปรับปรุงและปฏิรูประบบราชการ เพื่อให้สนองตอบต่อความต้องการของประชาชนมากยิ่งขึ้น และได้มีการนำกลไกตลาด ตลอดจนเทคโนโลยีเข้ามาร่วมในการปรับปรุงการ

บริหารราชการแผ่นดิน มีการมอบอำนาจให้ราชการส่วนภูมิภาคกระจายอำนาจไปสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การถ่ายโอนบทบาทของภาครัฐไปสู่ภาคเอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคประชาสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งได้เน้นการบริหารราชการแผ่นดินโดยยึดหลักธรรมาภิบาล โดยมีเป้าหมายเพื่อให้การบริหารราชการ เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ประชาชน เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจของรัฐ มีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจของรัฐ ไม่มีขั้นตอนการปฏิบัติงานเกินความจำเป็น มีการปรับปรุงภารกิจของส่วนราชการให้ทันสมัยต่อเหตุการณ์ ให้ประชาชนได้รับการอำนวยความสะดวก และได้รับการตอบสนองตามความต้องการ มีการประเมินผลการปฏิบัติราชการอย่างสม่ำเสมอ

บรรณานุกรม

- ถวิลวดี บุรีกุลและคณะ. (2545). **โครงการศึกษาเพื่อพัฒนาดัชนีวัดผลการพัฒนาระบบบริหารจัดการที่ดี**. นนทบุรี: สถาบันพระปกเกล้า
- บุญเกียรติ การะเวกพันธุ์ และคณะ. (2560). **การบริหารงานภาครัฐแนวใหม่**. สถาบันพระปกเกล้า เข้าถึงเมื่อ 16 ตุลาคม 2560.
- พระครูกิตติ สุตาภิราม. (2553). **การบริหารจัดการทุนสงเคราะห์นักเรียนของคณะสงฆ์จังหวัดชลบุรี**. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- วรเดช จันทรศร. (2562). **รัฐประศาสนศาสตร์: ศาสตร์และศิลป์ของการบริหารราชการแผ่นดิน**. นนทบุรี: มูลนิธิตากสินเพื่อพัฒนาการศึกษา.
- ศตวรรษ พุทธาวงศ์ (2551). **ประสิทธิภาพการบริหารองค์การตามหลักธรรมาภิบาล : ศึกษากรณีสำนักงานออกแบบ สำนักการโยธา กรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ : สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์.
- Bingham, Lisa Blomgren, Tina Nabatchi, and Rosemary O’Leary. (2005, Sep-Oct). The New Governance: Practices and Processes for Stakeholder and Citizen Participation in the Work of Government. **Public Administration Review**, 65(5).
- Frederickson, George H. (1999). The Repositioning of American Public Administration. **Political Science and Politic**, 32(4). p.701-711.
- Frederickson, H. George. (1991). Toward a Theory of the Public for Public Administration. **Administration and Society**, 22(4). 395 - 417.
- Kennett, P. (2010). **Global Perspectives on Governance**. In **The New Public Governance: Emerging Perspectives on the Theory and Practice of Public Governance**. Stephen P. Osborne (ed.). London: Routledge.
- Kettl, Donald F. (2002). **The Transformation of Governance: Public Administration for Twenty-First Century America**. Baltimore: Johns Hopkins University Press.

- Kooiman, J. (1999). Social-political Governance: Overview, Reflections and Design. **Public Management Review**. 1 (1).
- Loffler, E. (2005). Governance and Government: Networking with External Stakeholders. **Public Management and Governance**. Tony Bovaird and Elke Loffler (eds.) London: Taylor & Francis Group.
- Lynn, Laurence E. Jr., Heinrich, Carolyn J. and Hill, Carolyn J., (2001). **Improving Governance: A New Logic for Empirical Research**. Washington, D.C.: Georgetown University Press
- Niskanen, William. (1971). **Bureaucracy and Representative Government**. Chicago: Aldine Atherton.
- Niskanen, William. (1971). **Governance: The World Bank is Experience**. Washington DC : The World Bank.
- Osborne, S. P. (2010). Introduction: The (New) Public Governance: A Suitable Case for Treatment. In **The New Public Governance: Emerging Perspectives on the Theory and Practice of Public Governance**. Stephen P. Osborne (ed.). London: Routledge.
- Salamon, Lester, ed. (2002). **The Tools of Government: A Guide to the New Governance**. New York: Oxford University Press.
- Smith, Steven Rathgeb and Ingram, Helen. (2002). Policy Tools and Democracy. In **The Tools of Government: A Guide to the New Governance**. edited by Lester Salamon. New York: Oxford University Press. 56-84
- Stivers, Camilla. (1991). Some Tensions in the Notion of “The Public as Citizen”: Rejoinder to Frederickson. **Administration and Society**, 22 (4): 418-23
- Ewalt, J. A. G. (2001, March 12). Theories of Governance and New Public Management: Links to Understanding Welfare Policy Implementation. **Paper prepared for presentation at the Annual Conference of the American Society for Public Administration**, Newark, New Jersey.