

วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

Journal of Nakhonratchasima College (Humanities and Social Sciences)

ปีที่ 14 ฉบับที่ 3 กันยายน – ธันวาคม 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 ตรวจสอบ จัดทำรูปเล่ม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สำราญ บุญเจริญ

นางสาวจิฎติภักษ์ ศรีสุริยกุล

นางสาวสุภารัตน์ แสงโชติ

ออกแบบปก

นางสาวจิฎติภักษ์ ศรีสุริยกุล

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 ทองสุทธิ์

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 ทองสุทธิ์	วิทยาลัยนครราชสีมา
รองศาสตราจารย์บัญชา วิทยอนันต์	วิทยาลัยนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คงศักดิ์ สังฆมานนท์	วิทยาลัยนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชูชีพ เปียคนอก	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 เจนเข้ว่า	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรณิษฐา ทศตา	วิทยาลัยนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิตไส คล่องพยาบาล	นักวิชาการอิสระ (ข้าราชการบำนาญ)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัฒนศิลป์ สำเริงรัมย์	วิทยาลัยนครราชสีมา
อาจารย์ ดร.ปรียาณัฐ เอียบศิริเมธี	วิทยาลัยนครราชสีมา
อาจารย์ ดร.ภิญญดา รื่นสุข	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
	วิทยาเขตवासูกกรี

รายนามผู้ทรงคุณวุฒิตรวจบทความ

รองศาสตราจารย์ ดร.กรรณทิพย์ นาควิเชตร	วิทยาลัยนครราชสีมา
รองศาสตราจารย์ ดร.จรัสพงศ์ คลังกรณ์	มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนากร ธนาธารชูโชติ	มหาวิทยาลัยปทุมธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.สัญญา เคนาภูมิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
รองศาสตราจารย์ ดร.เสาวณีย์ สิกขาบัณฑิต	มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ
รองศาสตราจารย์บัญชา วิทยาอนันต์	วิทยาลัยนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมล โพธิเย็น	มหาวิทยาลัยศิลปากร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คงศักดิ์ สังฆมานนท์	วิทยาลัยนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุฑาทิพย์ สุทธิเทพ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติรัตน์ มีมาก	สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพงษ์ จันทขโบล	มหาวิทยาลัยรังสิต
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชัช บุญแซม	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รณชัย ชื่นธวัช	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณณี ตรองพานิชย์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สายยนต์ ชาวอุบล	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สำราญ บุญเจริญ	วิทยาลัยนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรัชย์ภัทรดิษฐ์ ภูมิภักดิเมธี	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสวียน เจนเขว่า	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรณิชา ทศตา	วิทยาลัยนครราชสีมา
อาจารย์ ดร.จันทร์ ดิยะวงศ์	วิทยาลัยนครราชสีมา
อาจารย์ ดร.ปรียาณัฐ เอื้อบศิริเมธี	วิทยาลัยนครราชสีมา
อาจารย์ ดร.สุวรรณ เชนน้อย	วิทยาลัยนครราชสีมา

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ฉบับนี้เป็นฉบับที่ 3 ของปีที่ 14 ประจำเดือนกันยายน – เดือนธันวาคม พ.ศ.2563 ในฉบับนี้ประกอบด้วยบทความทางวิชาการ จำนวน 25 เรื่อง เป็นบทความวิจัย 23 เรื่อง บทความวิชาการ 2 เรื่อง สำหรับบทความวิจัยในฉบับนี้ จะประกอบด้วยบทความวิจัยในสาขาการศึกษา สาขารัฐศาสตร์ สาขากฎหมาย สาขาการท่องเที่ยว สาขาการตลาด ในส่วนบทความวิชาการนั้น เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการพัฒนาผ่านปรัชญา โดยภาพรวมแล้วคาดหวังว่าผู้อ่านจะได้รับองค์ความรู้จากบทความวิชาการ และได้รับความรู้เพิ่มขึ้น จากสิ่งที่ค้นพบในบทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารฉบับนี้

ในนามของวิทยาลัยนครราชสีมา ขอขอบคุณอาจารย์ นักวิชาการ และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาทุกท่าน ที่ให้ความสนใจต่อวารสารวิชาการของวิทยาลัยนครราชสีมา โดยส่งบทความวิจัยและบทความวิชาการมาตีพิมพ์เพื่อเผยแพร่สู่สาธารณชน ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการเสริมความเข้มแข็งทางวิชาการให้กับสังคมและประเทศชาติ สิ่งที่ค้นพบจากงานวิจัย สามารถนำไปประยุกต์ได้ตามความเหมาะสมของบริบทปัญหาหรือเหตุการณ์ที่เผชิญหน้า

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

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สำราญ บุญเจริญ
บรรณาธิการ

บทความวิจัย	หน้า
การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์และความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ เรื่อง สมการ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT ณัฐพงษ์ ชลยุรัตน์, นงลักษณ์ วิริยะพงษ์	1
การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาอุตสาหกรรมบริการการบิน คณะศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี ภายใต้การศึกษาที่มุ่งเน้นการสอบ ประจำปีการศึกษา 2563 พลอยวรินทร์ แสงสมบูรณ์, ปารย์กัญจน์ วิจิตรสงวน, พาริดา พรหมบุตร, วัลภา จันดาเป้า, ช็อส อักษรกิตติ์	16
การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วัชรภัทร เตชะวัฒนศิริดำรง	30
การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา บุญลือ มีเงิน, คงศักดิ์ สังฆมานนท์	45
การพัฒนาตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 ปวีณา คงสี, ชำนาญ ปาณวงษ์	55
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบลในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ศักดิ์พัฒน์ พลิกามินทร์, พงษ์เสถียร เหลืองอลงกต	69
ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กรกับการทำงานและคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกระดี ธีรวัช นุกุลกิจ	82

- เครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กรณีศึกษา อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ
อภิชาติ ดวงอิสาร, ธวัชณ์ เขตจัตุรัส, ดิเรก ถึงฝั่ง 92
- การจัดการทรัพยากรมนุษย์ตามหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี
ดิเรก ธรรมารักษ์ 107
- แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบประชาชนมีส่วนร่วมของเทศบาลตำบลป่าต้นนาคร้าว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง
ชัยนันท์ธรรณ์ ขาวงาม 121
- แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน
ธวัชชัย นิมา, ภัทรพล ชุ่มมี, ชาคริต ศรีทอง 136
- การบริหารความเสี่ยงในศูนย์พัฒนาเด็กเล็กจังหวัดปทุมธานี
ไพลิน นุกุลกิจ, ณิชชาภัทร ธนศิริรักษ์ 151
- การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตออฟฟิงส์ (IOT) ในการปฏิบัติงานของหน่วยงานในจังหวัดตาก
บัวพรรณ คำเฉลา, ภัครมล ศิริอรุณ, โยธิน เทพบุญ 159
- มาตรการทางกฎหมายในการป้องกันและปราบปรามการกระทำละเมิดเครื่องหมายทางการค้า
พีรพล สิมมา 171
- กฎหมายกับปัญหาการจัดการแรงงานข้ามชาติสัญชาติเมียนมาในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก
ภูวดล คำสนิท, พีรพล สิมมา 185
- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT)
อรณิชา ทศตา, อัศวิน เสนีชัย, พีรพล เทพประสิทธิ์ 196

- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการให้บริการ และทัศนคติผู้ใช้บริการ
ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายของผู้ใช้บริการ
ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา
รักเกียรติ โรจน์กัญญาพร, จันทนา แสนสุข, วิทยา นามเสาร์,
ศิขรินทร์ เทียงทัต 207
- ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดิรีมเวิลด์ 220
อัครา ศิริมณีรัตน์, พรนภา ธนโพธิ์วิรัตน์, ทิพย์วดี ศรีสมทรัพย์
- ปัจจัยเหตุและผลที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อขายสินค้า
ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย 231
โสภณ ศรีพนมวัน, ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธ์
- ปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรีในยุค 4.0 246
พยอม ศรีหารัตน์, ดำรง สัตยวากย์สกุล
- ปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ 257
ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
ณัฐวุฒิ บุญประดับ, ภิญญาดา รื่นสุข
- การเปรียบเทียบประสิทธิภาพระหว่างวิธีการคำนวณเชิงฟังก์ชันกับการหาค่า 270
เหมาะสมที่สุดแบบกลุ่มอนุภาคสำหรับการแก้ปัญหาการจัดเส้นทางขนส่ง
จตุรวิทย์ ศศิธรานนท์, ปรียาณัฐ เอียบศิริเมธี, นันทิ สุทธิการณนัย
- ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจ Food on line กรณีศึกษา อำเภอเมือง 285
จังหวัดนครราชสีมา
เสถียรณภัส ศรีระมย์, สุวรรณ เดชน้อย, ดิเรก แสสนธิ์

บทความวิชาการ

- การสื่อสารอัตลักษณ์สินค้าที่ระลึกหนุนเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน 298
เมธาวี จำเนียร

- การพัฒนาผ่านปรัชญาญแจแก้ดอก ของสถาบันพลังจิต ธรรมะ จักรวาล 308
ชนภา ปุณณันท์

คำแนะนำในการเขียนและส่งต้นฉบับ

แบบเสนอบทความเพื่อตีพิมพ์

การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์และความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหา
ทางคณิตศาสตร์ เรื่อง สมการ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1
โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT
Development Mathematics Learning Achievement and Mathematical
Problem Solving Ability on Equation of the Level 1 Vocational Certificate
Students using Cooperative Learning Technique LT

ณัฐพงษ์ ชลยุรัตน์¹ นงลักษณ์ วิริยะพงษ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) พัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ วิชาคณิตศาสตร์ เรื่องสมการ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ที่เรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT และการจัดการเรียนรู้แบบปกติ 2) หาค่าดัชนีประสิทธิผลของแผนการจัดการเรียนรู้ วิชาคณิตศาสตร์ ระหว่างการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT และการจัดการเรียนรู้แบบปกติ 3) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ ของนักเรียน แผนการจัดการเรียนรู้การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT และการจัดการเรียนรู้แบบปกติ 4) เปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ ของนักเรียนระหว่าง แผนการจัดการเรียนรู้การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT และการจัดการเรียนรู้แบบปกติ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม ที่เรียนในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 จำนวน 265 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ 1) แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่องสมการ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 โดยจัดกิจกรรมการเรียนรู้เป็นแบบปกติ 2) แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่องสมการ โดยจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT ใช้ในการสอนกลุ่มทดลอง 3) แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ 4) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์พื้นฐานอาชีวะระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1

ผลการวิจัยพบว่า 1) แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่องสมการ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 โดยจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT ใช้ในการสอนกลุ่มทดลอง มีประสิทธิภาพ 84.74/82.40 2) ค่าดัชนีประสิทธิผลของแผนการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT และการจัดการเรียนรู้แบบปกติ วิชาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิชาคณิตศาสตร์ เรื่องสมการ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 เท่ากับ 0.66 และ 0.61 ตามลำดับ 3) การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์เรื่องสมการ สูงกว่านักเรียนที่เรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT มีความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์เรื่อง สมการ สูงกว่านักเรียนที่เรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

¹ นิสิตปริญญาโท สาขาคณิตศาสตร์ศึกษา คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

คำสำคัญ : การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้คณิตศาสตร์, การเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT

Abstract

The purposes of this research are to investigate the effect of problem-based learning on (1) To development of mathematics subject learning plan for vocational certificate level 1 student. By LT practice and conventional approach on subject of equations. Following the standard efficiency 75/75 (2) To study the learning efficiency achievement of vocational certificate level 1 student. (3) To compare the learning achievement of equations subject. (4) To compare performance of hoe to solution the mathematics problems by LT practice and conventional approach. The data were collected from 50 student of vocational certificate level 1 of Nakhonpanom University By group random ness (Cluster Random Sampling) to divided into group control.

The results were as Follows 1) The efficiency of learning by LT Practice and normal learning Practice 84.74/82.40 and 79.24/76.93, respectively, which is higher than the specified 75/75 threshold. 2) With regard to the pupil's learning by achievement in mathematics analytical skill, it was 66% and 61% by standard. 3) The mean score of the pupil's achievement and skill of mathematics problem solving and control group were statistically significant differences as at the .05 of significant. 4) Year 1 vocational certificate student at study by learning management Cooperative techniques LT has the ability to. Solving mathematical problem on equation higher than student. Study by normal learning management. Statistically significant. At the level .05

Keywords : Development Mathematics Learning Achievement, Cooperative Learning Technique LT

บทนำ

การศึกษาคณิตศาสตร์เป็นเครื่องมือในการเรียนรู้พื้นฐานสำหรับการศึกษา การจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความแตกต่างระหว่าง เพื่อนักเรียนจะได้รับการพัฒนาเต็มตามความสามารถของตน ซึ่งการจัดกิจกรรมควรน่าสนใจ เป็นกิจกรรมที่สนับสนุนให้นักเรียนแสวงหาวิธีคิดและหลักการคิดด้วยตนเอง นักเรียนปฏิบัติด้วยความพอใจเห็นประโยชน์ของการปฏิบัติ สามารถดัดแปลงนำไปใช้ได้จริง (กรมวิชาการ, 2545) ซึ่ง ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์นั้นขึ้นอยู่กับความสนใจของนักเรียนที่มีต่อการเรียนคณิตศาสตร์ และทุกคนเห็นว่าคณิตศาสตร์ ใช้ความคิดและเหตุผล วิธีที่จะช่วยให้นักเรียนเข้าใจความคิดคณิตศาสตร์ได้ดี คือ การจัดสถานการณ์สำหรับการเรียนรู้ให้แก่ นักเรียน เพื่อให้นักเรียนได้คิด

หรือค้นพบด้วยตนเอง ในกระบวนการคิดทางคณิตศาสตร์ บทบาทหน้าที่ของผู้สอนที่สำคัญ คือ จัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้นักเรียนมีความเข้าใจและสามารถขยายความรู้ออกไปพัฒนาความสามารถของนักเรียนในด้านความคิดรวบยอด (Concept) ในเรื่องที่เรียน (สมนึก ภัททิยธนี, 2546) ตลอดจนมีความต้องการในการแสวงหาความรู้อยู่เสมอและสามารถนำความรู้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อตนเองและสังคมต่อไป (สมศักดิ์ สินธุระเวช, 2544)

การจัดการเรียนรู้รายวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม ในปีการศึกษา 2560 ที่ผ่านมายังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควรจะได้จากผลการประเมินความรู้รายวิชาคณิตศาสตร์อยู่ในระดับต่ำ และผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติด้านอาชีวศึกษา (V-NET) ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม (มหาวิทยาลัยนครพนม, 2560 : 1 – 3) เท่ากับ 27 เนื่องจากนักเรียนไม่สามารถแก้ปัญหาเพื่อให้ได้คำตอบตามที่โจทย์ต้องการได้ และจากการสัมภาษณ์นักเรียนก็เช่นกัน ในการจัดการเรียนการสอนคณิตศาสตร์ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญต้องเน้นให้ผู้เรียนมีทักษะการแก้ปัญหาด้วยวิธีการที่หลากหลาย การให้เหตุผล การสื่อสาร การสื่อความหมายทางคณิตศาสตร์และการนำเสนอ การเชื่อมโยงความรู้ต่างๆ ทางคณิตศาสตร์และการเชื่อมโยงคณิตศาสตร์กับศาสตร์อื่นๆ และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ (สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา, 2551)

การจัดการเรียนรู้ควรใช้รูปแบบวิธีการที่หลากหลาย เน้นการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนตามสภาพจริง ปฏิบัติจริงการเรียนรู้แบบบูรณาการ (กรมวิชาการ, 2545) และการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ (Cooperative Learning) เป็นการเรียนรู้รูปแบบหนึ่งที่กำหนดให้ผู้เรียนที่มีความสามารถแตกต่างกัน ร่วมกันทำงานเป็นกลุ่มเล็ก ผู้เรียนที่มีระดับผลการเรียนเก่ง ปานกลาง และอ่อน พัฒนาทักษะการทำงาน และทักษะทางสังคม สำหรับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือโดยใช้เทคนิค LT ที่พัฒนาโดย David Johnson and Robert Johnson แห่งมหาวิทยาลัยมินิโซต้า ซึ่งได้สร้างโมเดลของการเรียนแบบร่วมมือขึ้น (วิชชุดา อ้วนศรีเมือง, 2554) ; อ้างอิงจาก (Johnson, R. T., & Johnson, D. W., 1986) Johnson; & Johnson, 1986) ประกอบด้วยนักเรียนกลุ่มละ 4 - 5 คน ที่มีความสามารถแตกต่างกัน ทำงานที่ได้รับมอบหมายในใบงานกลุ่ม ส่งงานขึ้นเดียวกัน และได้รับคำชมหรือรางวัลตามผลงานของกลุ่ม โดยมีหลักการคือ นักเรียนมีปฏิสัมพันธ์ต่อกันและกัน พึ่งพาซึ่งกันและกัน มีความรับผิดชอบต่อตนเอง และมีทักษะในการทำงานด้วยกันการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบกลุ่มร่วมมือ (Cooperative Learning) เป็นวิธีการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้น ความสำเร็จของบุคคล คือ ความสำเร็จของกลุ่มด้วย (วิมลรัตน์ สุนทรโรจน์, 2545) ซึ่งการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT จะช่วยให้ผู้เรียนมีความเอาใจใส่รับผิดชอบตัวเองและกลุ่มร่วมกับ ผู้เรียนมีความสุข สนุกสนานกับการเรียนรู้ (สุวิทย์ มูลคำ และอรทัย มูลคำ, 2546) สามารถนำไปใช้พัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญได้ ช่วยให้ส่งเสริมให้ผู้เรียนที่มีความสามารถต่างกันได้เรียนรู้ เป็นเทคนิคหนึ่งที่เหมาะสมกับเนื้อหา กิจกรรมการเรียนรู้ที่มีลำดับขั้นตอนแน่นอนหรือโจทย์ปัญหา (สุวิทย์ มูลคำ และอรทัย มูลคำ, 2546)

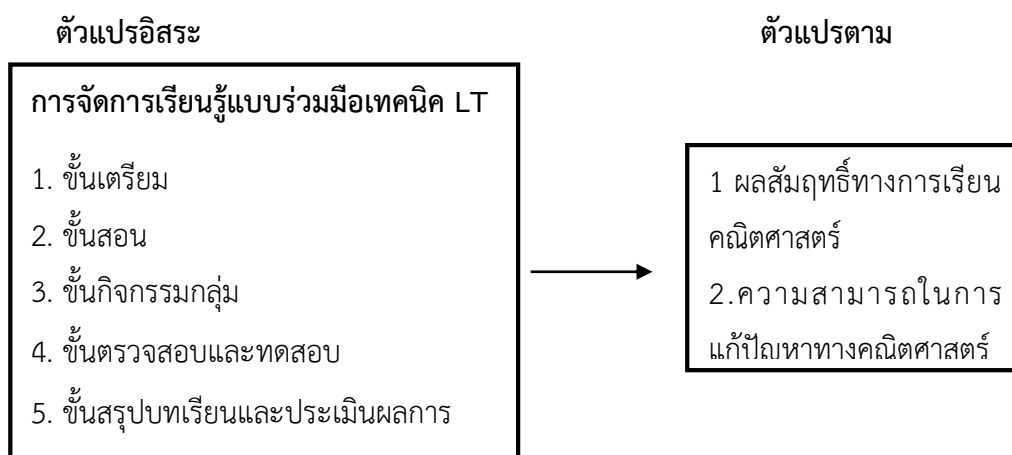
จากเหตุผลและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยได้พยายามศึกษาค้นคว้าหลักการ แนวคิดทฤษฎีที่จะนำมาใช้ในการพัฒนากระบวนการเรียนการสอน เพื่อให้การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเป็นไปตามจุดประสงค์ของหลักสูตร อันจะส่งผลให้นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น ดังนั้น ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีความสนใจในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนและพัฒนาการสอนคณิตศาสตร์แบบร่วมมือ LT เพื่อจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้คิดวิเคราะห์ คิดสังเคราะห์ อภิปราย สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองมีวิจารณญาณ มีความคิดสร้างสรรค์ คิดไตร่ตรองและมีวิสัยทัศน์ มีทักษะความรู้ตามหลักสูตร มีทักษะในการทำงาน รักการทำงาน สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่องสมการ โดยแยกเป็นสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว สมการเชิงเส้นสองตัวแปร และสมการกำลังสองตัวแปรเดียว ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ระหว่างการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือ LT กับการเรียนรู้แบบปกติ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างเต็มศักยภาพเป็นประโยชน์สูงสุดแก่นักเรียน เพื่อเป็นแนวทางสำหรับครู นักวิชาการ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการเรียนการสอนกลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ ได้นำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ วิชาคณิตศาสตร์ เรื่องสมการ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ที่เรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT และการจัดการเรียนรู้แบบปกติ ที่มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 75/75
2. เพื่อหาค่าดัชนีประสิทธิผลของแผนการจัดการเรียนรู้ วิชาคณิตศาสตร์ เรื่องสมการ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ที่เรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT และการจัดการเรียนรู้แบบปกติ
3. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ เรื่องสมการ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ที่เรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT และการจัดการเรียนรู้แบบปกติ
4. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์เรื่องสมการของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ที่เรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT และการจัดการเรียนรู้แบบปกติ

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษา พบว่า การเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่นักเรียนได้ทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มเพื่อให้ได้ผลงานกลุ่ม ในขณะที่ทำงานนักเรียนต้องช่วยกันคิดและช่วยกันตอบคำถาม พยายามทำให้สมาชิกทุกคนมีส่วนร่วมและทุกคนเข้าใจที่มาของคำตอบโดยให้นักเรียนขอความช่วยเหลือจากเพื่อนก่อนที่จะถามครู และครูชมเชยหรือให้รางวัลเป็นกลุ่มตามผลงานของกลุ่มนั้นๆ ซึ่งสามารถเขียนเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม ที่เรียนในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 จำนวน 265 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม ที่เรียนในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 จำนวน 50 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) เพื่อแบ่งเป็นกลุ่มควบคุม กลุ่มทดลอง หักละ 25 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่องสมการ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 โดยจัดกิจกรรมการเรียนรู้เป็นแบบปกติ ใช้ในการสอนกลุ่มควบคุม จำนวน 9 แผน จำนวน 18 ชั่วโมง
2. แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่องสมการ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 โดยจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT ใช้ในการสอนกลุ่มทดลอง จำนวน 9 แผน จำนวน 18 ชั่วโมง
3. แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เป็นแบบอัตนัย จำนวน 6 ข้อ
4. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์พื้นฐานอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 เรื่องสมการ เป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แผนการจัดการเรียนรู้ เรื่องสมการ ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีขั้นตอนในการสร้าง
 - 1.1 ศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ คู่มือการจัดกิจกรรมการเรียนรู้คณิตศาสตร์ ทฤษฎี หลักการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2556 กลุ่มวิชาคณิตศาสตร์ ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี หลักการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT และแบบปกติ ศึกษาวิธีการ หลักการ ทฤษฎีและเทคนิคการเขียนแผนการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ แบบร่วมมือเทคนิค LT และแบบปกติวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสาระการเรียนรู้ สาระสำคัญ

และจุดประสงค์การเรียนรู้ แล้วนำมาเขียนแผนการจัดการเรียนรู้ เรื่องสมการ จำนวน 2 แบบคือ แผนการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT และแบบปกติ แบบละ 9 แผนแผนละ 2 ชั่วโมง แล้วเสนอต่อกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง

1.2 นำแผนการจัดการเรียนรู้ที่สร้างขึ้นแล้ว เสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน เพื่อตรวจสอบพิจารณาความสอดคล้องระหว่างจุดประสงค์ เนื้อหาและกิจกรรมการเรียนการสอน และให้ข้อเสนอแนะ นำแผนการจัดการเรียนรู้ ทั้ง 2 แบบมาปรับปรุงแก้ไข ข้อบกพร่องให้เหมาะสมกับระดับผู้เรียน แล้วจัดพิมพ์เป็นฉบับจริงเพื่อนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างต่อไป

2. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์พื้นฐานอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 เรื่องสมการ มีขั้นตอนการสร้างดังนี้

2.1 ศึกษาหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 คู่มือการจัดการเรียนรู้สาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 1 ศึกษาแนวทางการวัดผลและประเมินผลการเรียนรู้สาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ ของสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ (2545) และสำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา(2548) ศึกษาวิธีการสร้างแบบทดสอบของสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2546) หลังจากนั้นวิเคราะห์สาระการเรียนรู้และจุดประสงค์การเรียนรู้ สาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์พื้นฐานอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 เพื่อนำมาสร้างแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์พื้นฐานอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 เรื่องสมการ จำนวน 40 ข้อ เพื่อคัดเลือกให้ได้จำนวน 30 ข้อ

2.2 นำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเสนอผู้เชี่ยวชาญชุดเดิมเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยวิธีอาศัยดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญ โดยพิจารณาความสอดคล้องของข้อสอบกับจุดประสงค์การเรียนรู้ (IOC : Index of Item Objective Congruence) (กองวิจัยการศึกษา. 2545) โดยเลือกข้อสอบที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป จากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม ที่เรียนในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 จำนวน 60 คน ซึ่งเป็นกลุ่มนักเรียนที่เคยเรียนเนื้อหาที่กำลังศึกษาแล้วและไม่ใช้กลุ่มตัวอย่าง และ นำแบบทดสอบที่ได้รับคืนมาวิเคราะห์หาค่าความยาก ค่าอำนาจจำแนก โดยเลือกข้อสอบที่มีค่าความยากตั้งแต่ .20 ถึง .80 ค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ .20 ถึง 1.0 จากนั้นหาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนทั้งฉบับโดยใช้สูตร KR – 20 ของ Kuder – Richardson (สมนึก ภัททิยธนี, 2546) แล้วจัดทำฉบับจริง

3. แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีขั้นตอนในการสร้างดังนี้

3.1 ศึกษาเนื้อหาและจุดประสงค์การเรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์ วิธีการสร้างแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ เรื่องสมการระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ศึกษาเอกสารเกี่ยวกับทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์

3.2 สร้างแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ เป็นแบบอัตนัยจำนวน 3 ฉบับ ฉบับละ 4 ข้อ เพื่อคัดเลือกไว้ใช้จริง ฉบับละ 2 ข้อ ฉบับที่ 1 เรื่อง การแก้สมการเชิงเส้นตัวแปรเดียว โดยใช้สมบัติการเท่ากันของจำนวนจริงและการแก้โจทย์ปัญหาสมการเชิงเส้นตัวแปรเดียวฉบับที่ 2 เรื่อง การแก้ระบบสมการเชิงเส้นสองตัวแปรโดยวิธีต่างๆ และการแก้โจทย์ปัญหาระบบสมการเชิงเส้นสองตัวแปร ฉบับที่ 3 เรื่อง การแก้สมการกำลังสองตัวแปรเดียวและการแก้โจทย์ปัญหาเกี่ยวกับสมการกำลังสองตัวแปรเดียว แล้วกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาคณิตศาสตร์ ซึ่งเป็นแบบทดสอบอัตนัย

3.3 นำแบบทดสอบที่สร้างขึ้นเสนอต่อคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาความถูกต้องของแบบทดสอบ ให้คำแนะนำ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ นำแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์เสนอผู้เชี่ยวชาญชุดเดิมเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยวิธีอาศัยดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญ โดยพิจารณาความสอดคล้องของข้อสอบกับจุดประสงค์การเรียนรู้ (IOC : Index of Item Objective Congruence) (กองวิจัยการศึกษา. 2545) โดยเลือกข้อสอบที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป นำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยนครพนม ที่เรียนในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2561 จำนวน 60 คน ซึ่งเป็นกลุ่มนักเรียนที่เคยเรียนเนื้อหาที่กำลังศึกษาแล้วและไม่ใช้กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำแบบทดสอบที่ได้รับคืนมาวิเคราะห์หาค่าความยาก ค่าอำนาจจำแนก โดยใช้วิธีของ วิทนี และซาเบอร์ส (Whitney and Sabers) (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2539) โดยเลือกข้อสอบที่มีค่าความยากตั้งแต่ .20 ถึง .80 ค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ .20 ถึง 1.0 แล้วหาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ทั้งฉบับโดยหาสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538) แล้วจัดทำฉบับจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการทดลองสอนแล้วเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง โดยดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ก่อนการทดลอง ผู้วิจัยได้ทำการชี้แจงขั้นตอนในการเรียนและการปฏิบัติกิจกรรมการเรียนรู้ให้นักเรียนเข้าใจ

2. ทดสอบก่อนเรียน (Pre – Test) โดยใช้แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เป็นแบบอัตนัย จำนวน 3 ฉบับ ฉบับละ 2 ข้อ และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์พื้นฐานอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 เรื่องสมการเป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ

3. ดำเนินการสอนกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม กลุ่มทดลองใช้แผนการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT ส่วนกลุ่มควบคุม ใช้แผนการจัดการเรียนรู้ตามปกติ และเก็บคะแนนระหว่างเรียนไว้อย่างเป็นระบบ

4. ทดสอบหลังเรียน (Post – Test) ด้วยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ เป็นแบบทดสอบคู่ขนานกับที่ใช้ทดสอบก่อนเรียน แล้วนำข้อมูลที่ได้จากการทดลองไปทำการตรวจให้คะแนนเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. หาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนที่ได้รับจากการทำแบบฝึกหัดและแบบทดสอบย่อยในแต่ละแผนการจัดการเรียนรู้และคะแนนจากการทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์

2. วิเคราะห์หาคุณภาพของเครื่องมือแต่ละฉบับ แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ วิเคราะห์หาความเที่ยงตรง ค่าความยาก อำนาจจำแนกและความเชื่อมั่นของแบบทดสอบแต่ละฉบับ

3. วิเคราะห์หาประสิทธิภาพของแผนการจัดการเรียนรู้ แบบร่วมมือเทคนิค LT และแบบปกติ วิชาคณิตศาสตร์ เรื่องสมการ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ตามเกณฑ์ 75/75

4. วิเคราะห์หาดัชนีประสิทธิผลของแผนการจัดการเรียนรู้ แบบร่วมมือเทคนิค LT และแบบปกติ เรื่องสมการ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 โดยใช้สูตรการหาค่าดัชนีประสิทธิผล

5. วิเคราะห์เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ที่เรียนด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ แบบร่วมมือเทคนิค LT และ แบบปกติ เรื่องสมการ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 โดยใช้ t – test (Independent Samples)

6. วิเคราะห์เปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ เรื่องสมการของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ที่เรียนด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ แบบร่วมมือเทคนิค LT และแบบปกติ โดยใช้ t – test (Independent Samples)

สรุปผลการวิจัย

1. ค่าประสิทธิภาพของแผนการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT วิชาคณิตศาสตร์ เรื่องสมการ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ตามเกณฑ์ 75/75 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ประสิทธิภาพของแผนการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT วิชาคณิตศาสตร์

จำนวน นักเรียน	คะแนนประเมินระหว่างเรียน			คะแนนทดสอบหลังเรียน			ค่า ประสิทธิภาพ (E_1 / E_2)
	คะแนน เต็ม	$\bar{X}$	คิดเป็น ร้อยละ	คะแนน เต็ม	$\bar{X}$	คิดเป็น ร้อยละ	
25	578	489.80	84.74	30	24.72	82.40	84.74/82.40

จากตารางที่ 1 พบว่าแผนการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT วิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 มีประสิทธิภาพ เท่ากับ 84.74/82.40 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ 75/75

2. ค่าประสิทธิภาพของแผนการจัดการเรียนรู้แบบปกติ วิชาคณิตศาสตร์ เรื่องสมการ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ตามเกณฑ์ 75/75 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าประสิทธิภาพของแผนการจัดการเรียนรู้แบบปกติ วิชาคณิตศาสตร์

จำนวนนักเรียน	คะแนนประเมินระหว่างเรียน			คะแนนทดสอบหลังเรียน			ค่าประสิทธิภาพ (E_1 / E_2)
	คะแนนเต็ม	$\bar{X}$	คิดเป็นร้อยละ	คะแนนเต็ม	$\bar{X}$	คิดเป็นร้อยละ	
25	254	201.28	79.24	30	23.08	76.93	79.24/76.93

จากตารางที่ 2 พบว่า แผนการจัดการเรียนรู้แบบปกติ วิชาคณิตศาสตร์ เรื่องสมการ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 มีประสิทธิภาพ 79.24/76.93

3. ค่าดัชนีประสิทธิผลของแผนการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT และการจัดการเรียนรู้แบบปกติ วิชาคณิตศาสตร์ เรื่องสมการ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าดัชนีประสิทธิผลของแผนการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT และการจัดการเรียนรู้แบบปกติ

กลุ่มตัวอย่าง	คะแนนเต็ม	ผลรวมคะแนนทดสอบ		ดัชนีประสิทธิผล ($E.I.$)
		ก่อนเรียน	หลังเรียน	
กลุ่มทดลอง 25 คน	30	359	618	0.66
กลุ่มควบคุม 25 คน	30	302	577	0.61

จากตารางที่ 3 พบว่า แผนการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT และการจัดการเรียนรู้แบบปกติวิชาคณิตศาสตร์ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ วิชาคณิตศาสตร์ เรื่องสมการ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 กลุ่มทดลองมีดัชนีประสิทธิผลเท่ากับ 0.66 และ กลุ่มควบคุมมีดัชนีประสิทธิผลเท่ากับ 25 คน 0.61 ตามลำดับ

4. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ เรื่องสมการ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ที่เรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ โดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนนักเรียน	$\bar{X}$	S.D.	t	p
กลุ่มทดลอง	25	24.72	2.09	2.807	.007*
กลุ่มควบคุม	25	23.08	2.03		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ที่เรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ เรื่องสมการ สูงกว่านักเรียนที่เรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. การเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ เรื่อง สมการ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ที่เรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT และการจัดการเรียนรู้แบบปกติ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ โดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT และการจัดการเรียนรู้แบบปกติ

กลุ่มตัวอย่าง	จำนวนนักเรียน	$\bar{X}$	S.D.	t	p
กลุ่มทดลอง	25	37.80	3.09	4.546	.000*
กลุ่มควบคุม	25	32.88	4.43		

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 5 พบว่า นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ที่เรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT มีความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ เรื่อง สมการ สูงกว่านักเรียนที่เรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

1. แผนการจัดการเรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์ เรื่องสมการ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 โดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT และการจัดการเรียนรู้แบบปกติ ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพเท่ากับ 84.74/82.40 และ 79.24/76.93 ตามลำดับ ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 75/75 ที่กำหนดไว้ แสดงว่าแผนการจัดการเรียนรู้ที่สร้างขึ้น มีประสิทธิภาพเป็นไปตามที่กำหนด ทั้งนี้การที่ผลการวิจัยปรากฏเช่นนี้ อาจเนื่องมาจากว่าแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นได้ผ่านกระบวนการดำเนินการสร้างอย่างเป็นระบบ โดยอาศัยหลักการจิตวิทยาและทฤษฎีการสอนคณิตศาสตร์ และดำเนินการสร้างอย่างเป็นขั้นตอน คือ ได้ศึกษาวิเคราะห์หลักสูตร เนื้อหา สาระการเรียนรู้จากหลักสูตรคณิตศาสตร์ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 และการวัดผลประเมินผล ตลอดจนศึกษาวิธีการสร้างแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ดี มีแนวการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ คำนึงถึงความแตกต่างของผู้เรียน เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้ทำกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมกันอย่างมีความหมาย และให้ผู้เรียนเรียนรู้เนื้อหาผ่านสื่อ การเรียนรู้ที่เหมาะสม มีความน่าสนใจ จัดเรียงเนื้อหาจากรูปธรรมไปหานามธรรม จากง่ายไปหายาก และแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่สร้างขึ้นได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากคณะกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์ และผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งแผนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นได้ช่วยส่งเสริมให้นักเรียนศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง โดยใช้ความคิดพิจารณาและศึกษาค้นคว้าจนเกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่อง

สมการ นักเรียนทราบผลการเรียนรู้ของตนเองได้ทันที สอดคล้องกับแนวคิดของ วัฒนาพร กระจับทุกซ์ (2541) ที่กล่าวว่า การเรียนรู้แบบร่วมมือจะช่วยให้ผู้เรียนได้ฝึกฝนและพิจารณาทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่น การแก้ปัญหา การตัดสินใจ การแสวงหาความรู้ใหม่ และการยอมรับซึ่งกันและกัน สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้อย่างมีความสุขพร้อมๆ กับพัฒนาความตั้งใจ และความรู้ความสามารถ การเรียนรู้แบบร่วมมือจึงมีผลดี ซึ่งการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT เป็นวิธีที่เหมาะสมกับการสอนวิชาที่มีโจทย์ปัญหา การคำนวณหรือการฝึกปฏิบัติในห้องปฏิบัติการ นอกจากนี้แนวคิดของ สิริพร ทิพย์คง (2544) ที่กล่าวว่า การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนแบบร่วมมือ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นิภา พิศลิม (2556) ที่ได้ศึกษาเปรียบเทียบการคิดวิเคราะห์ ความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางคณิตศาสตร์ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ เรื่องการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ที่มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือ LT กับการเรียนรู้แบบปกติ ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของแผนการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ โดยใช้การเรียนรู้แบบร่วมมือ LT กับแผนการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้แบบปกติ มีค่าเท่ากับ 84.23/ 81.77 และ 83.30/ 76.98 ตามลำดับซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด

2. ค่าดัชนีประสิทธิผลของแผนการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT และการจัดการเรียนรู้แบบปกติ วิชาคณิตศาสตร์ ของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 เรื่อง สมการ เท่ากับ 0.66 และ 0.61 ตามลำดับ เนื่องมาจากว่า ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ยึดหลักการจัดการกิจกรรมที่หลากหลาย ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนในด้านต่างๆ ทำให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง เป็นกิจกรรมที่ทำให้เกิดการเรียนรู้อย่างแท้จริง แผนการจัดการเรียนรู้ผ่านกระบวนการกลั่นกรอง ตรวจสอบ แก้ไขจากที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้เชี่ยวชาญ นำผลการทดลอง (Tryout) ไปปรับปรุงก่อนการทดลองสอนจริงเพื่อให้แผนการจัดการกิจกรรมการเรียนรู้มีความสมบูรณ์และมีคุณภาพมากขึ้น ซึ่งแสดงว่าหลังการทดลองสอนกลุ่มทดลองมีความเป็นไปได้ที่จะเปลี่ยนแปลงความสามารถในการเรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์ เรื่อง สมการ เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจเป็นผลมาจากการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้แบบร่วมมือ LT ที่มีรูปแบบการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ผู้เรียนเรียนรู้ผ่านกระบวนการกลุ่มแบบร่วมมือกัน สมาชิกในกลุ่มมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน มีความรับผิดชอบในความสำเร็จของกลุ่มร่วมกัน ก่อให้เกิดบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ที่ดีมีประสิทธิภาพในการจัดการเรียนการสอน สอดคล้องกับแนวคิดของ ทิศนา ขัมมณี (2545) ที่กล่าวว่า การเรียนรู้แบบร่วมมือ วิธี LT จะจัดผู้เรียนเข้ากลุ่มละความสามารถ (เก่ง – กลาง – อ่อน) กลุ่มละ 4 คน ร่วมกันศึกษาเนื้อหาร่วมกัน โดยกำหนดให้แต่ละคนมีบทบาทหน้าที่ ช่วยกลุ่มในการเรียนรู้ ผลงานกลุ่มได้คะแนนเท่าไร สมาชิกทุกคนในกลุ่มนั้นจะได้คะแนนนั้นเท่ากันทุกคน นอกจากผลงานวิจัยของ ดุษฎี นุสนธ์ (2553) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาความสามารถให้เหตุผลกลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ เรื่อง ความน่าจะเป็น ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT ผลการศึกษพบว่า ดัชนีประสิทธิผลของการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT เรื่อง ความน่าจะเป็น ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 มีค่าเท่ากับ 0.7106

3. นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ที่เรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ เทคนิค มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์ เรื่องสมการ สูงกว่านักเรียนที่เรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยกลุ่มร่วมมือแบบ LT ซึ่งเป็นการเรียนรู้แบบกลุ่ม สมาชิกในกลุ่มมีการกำหนดเป้าหมายร่วมกัน สมาชิกแต่ละคนมีบทบาทหน้าที่ช่วยกลุ่มในการเรียนรู้ และสรุปคำตอบร่วมกันเป็นผลงานของกลุ่ม เพื่อให้กลุ่มประสบความสำเร็จ สมาชิกแต่ละคนจะต้องมีความเข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเองและสามารถอธิบายให้สมาชิกในกลุ่มเข้าใจได้ ทุกคนจะมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ผลงานกลุ่มที่ได้มาจะต้องได้รับการยอมรับจากสมาชิกทุกคน สอดคล้องกับแนวคิดของ ทิศนา ขัมมณี (2548) ที่ได้กล่าวว่า การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยกลุ่มร่วมมือแบบ LT นั้นจะช่วยให้ผู้เรียนได้เรียนรู้เนื้อหาสาระต่างๆ ด้วยตนเอง และด้วยความร่วมมือและความช่วยเหลือจากเพื่อนๆ เป็นการพัฒนาทักษะทางสังคมต่างๆ เช่น ทักษะการสื่อสาร ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่น ทักษะการสร้างความสัมพันธ์ และช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนมีทักษะการแสวงหาความรู้ ทักษะการคิด การแก้ปัญหา สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ปิยาภรณ์ เขียวหวาน (2560) ที่ได้ศึกษาการพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้วิชาคณิตศาสตร์ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือแบบ LT เรื่อง เมทริกซ์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 ผลการวิจัย พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือแบบ LT หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 1 ที่เรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ เทคนิค LT มีความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ เรื่องสมการ สูงกว่านักเรียนที่เรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากว่าผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยกลุ่มร่วมมือแบบ LT ทำให้ผู้เรียนมีความสามารถในการทำความเข้าใจปัญหา โดยอาศัยความรู้ต่างๆ ทางคณิตศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับปัญหา สามารถวางแผนการแก้ปัญหา เพื่อกำหนดยุทธวิธีในการแก้ปัญหา เพื่อให้การแก้ปัญหาเป็นไปอย่างรวดเร็ว และเหมาะสม มีความสามารถในการคิดคำนวณบางปัญหาก็ต้องใช้การคิดคำนวณ ซึ่งการคิดคำนวณนับว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการแก้ปัญหา เพราะเมื่อลงมือแก้ปัญหาแล้วคิดคำนวณไม่ถูกต้อง การแก้ปัญหานั้นถือว่าไม่ประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับแนวคิดของ สุวิทย์ มูลคำ และอรทัย มูลคำ (2546) ที่กล่าวว่า การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือกันเรียนรู้แบบ (LT) ช่วยให้ผู้เรียนมีความเอาใจใส่รับผิดชอบตัวเองและกลุ่มร่วมกับผู้อื่น ส่งเสริมให้ผู้เรียนผลัดเปลี่ยนกันเป็นผู้นำ ผู้เรียนที่มีความสามารถต่างกันได้เรียนรู้ร่วมกัน ผู้เรียนได้ฝึกและเรียนรู้ทักษะทางสังคมโดยตรง และผู้เรียนมีความสุข สนุกสนานกับการเรียนรู้ สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พิสมัย วีรยาพร (2550) ที่ได้ศึกษาการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความสามารถในการคิดแก้ปัญหา และความพึงพอใจในการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ประยุกต์ 1 เรื่อง สมการและการแปรผัน ชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 ที่เรียนแบบร่วมมือ (LT) กับที่เรียนแบบปกติ ผลการวิจัยพบว่า นักเรียนที่เรียนแบบร่วมมือ (LT) มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ ความสามารถในการ

คิดแก้ปัญหาและความพึงพอใจในการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ประยุกต์ 1 สูงกว่านักเรียนที่เรียนแบบปกติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ LT เป็นการร่วมมือกันเรียนรู้เป็นกลุ่ม การจัดกลุ่มนักเรียนจะต้องเป็นกลุ่มละความสามารถมีทั้งเก่ง ปานกลาง อ่อน เพื่อที่นักเรียนจะได้ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน นักเรียนที่อ่อนจะได้สามารถพัฒนาตนเองได้ตามศักยภาพส่วนนักเรียนที่เก่งจะได้เพิ่มทักษะโดยการอธิบายหรือถ่ายทอดให้เพื่อน เนื่องจากการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ LT เป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่ให้สมาชิกในกลุ่มมีการกำหนดเป้าหมายร่วมกัน สมาชิกแต่ละคนมีบทบาทหน้าที่ช่วยกลุ่มในการเรียนรู้ และสรุปคำตอบร่วมกันเป็นผลงานของกลุ่ม เพื่อให้กลุ่มประสบความสำเร็จ สมาชิกแต่ละคนจะต้องมีความเข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเองและสามารถอธิบายให้สมาชิกในกลุ่มเข้าใจได้ ทุกคนจะมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ช่วยเหลือซึ่งกัน เพื่อการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ผลงานกลุ่มที่ได้มาจะต้องได้รับการยอมรับจากสมาชิกทุกคน ในการทดสอบแต่ละครั้งครูผู้สอนจะต้องเน้นถึงความซื่อสัตย์ซึ่งถือเป็นสิ่งสำคัญ เพราะถ้าขาดคุณลักษณะนี้แล้วการเรียนรู้แบบ LT ก็จะไม่ประสบความสำเร็จ

2. จากผลการวิจัยพบว่าการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ LT ทำให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความสามารถในการแก้ปัญหาทางคณิตศาสตร์ เรื่องสมการ สูงขึ้น สิ่งที่มีความสำคัญคือ ครูควรสร้างบรรยากาศที่ดีในการจัดกิจกรรม โดยให้นักเรียนได้ลงมือปฏิบัติกิจกรรมด้วยตนเอง และร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับคนอื่น เตรียมอุปกรณ์ สื่อต่างๆ ให้พร้อม ควรมีการแจ้งผลคะแนนจากการทำกิจกรรมให้นักเรียนทราบทันที เพื่อที่ผู้เรียนจะได้ทราบผลการทำกิจกรรมของตนเอง ซึ่งจะส่งผลให้ผู้เรียนกระตือรือร้น และสนใจที่จะปฏิบัติกิจกรรมการเรียนมากยิ่งขึ้นนอกจากนี้ เวลาที่ใช้ในการจัดกิจกรรมควรมีความยืดหยุ่น โดยให้นักเรียนได้ปฏิบัติกิจกรรมได้อย่างเต็มที่

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ LT ร่วมกับรูปแบบการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบร่วมมือแบบอื่น

2. ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องการคิดวิเคราะห์ การคิดอย่างมีวิจารณญาณ และการคิดสร้างสรรค์

3. ควรทำการศึกษาในลักษณะเช่นนี้กับนักเรียนในระดับชั้นและเนื้อหาอื่นเพื่อที่จะได้ทราบว่ากิจกรรมการเรียนรู้มีความเหมาะสมกับช่วงชั้นใด และเนื้อหาใด โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษาทดลองมากขึ้น โดยเฉพาะชั้นขยายความรู้จะต้องใช้เวลาให้นักเรียนศึกษาค้นหาวิธีการนำความรู้ไปขยายผล สร้างองค์ความรู้ใหม่ให้มากขึ้นจึงจะบรรลุผล

บรรณานุกรม

- กรมวิชาการ. (2545). **หลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2544**. โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้า และพัสดุภัณฑ์.
- ดุชนี นุสนธิ. (2553). **การพัฒนาความสามารถให้เหตุผลกลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์เรื่อง ความน่าจะเป็นชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โดยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือเทคนิค LT**. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต, หลักสูตรและการสอน, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ทิตินา แคมมณี. (2545). **กลุ่มสัมพันธ์เพื่อการทำงานและการจัดการเรียนการสอน**. นิชนเอดเวอร์ไทซิง กรู๊ป.
- ทิตินา แคมมณี. (2548). **รูปแบบการเรียนการสอน : ทางเลือกที่หลากหลาย**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิภา พิศลิม. (2556). **การเปรียบเทียบการคิดวิเคราะห์ความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทาง คณิตศาสตร์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์เรื่องการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นกลุ่มสาระ การเรียนรู้คณิตศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ที่มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบ ร่วมมือ LT กับการเรียนรู้แบบปกติ**. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาวิจัยและ ประเมินผลการศึกษา, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ปิยาภรณ์ เขียวหวาน, พิระพล ศิริวงศ์, ประสาร ไชยณรงค์. (2560). **พัฒนากิจกรรมการเรียนรู้วิชา คณิตศาสตร์ด้วยการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือ แบบ LT เรื่อง เมทริกซ์ สำหรับนักเรียนชั้น มัธยมศึกษาปีที่ 4**. หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาคณิตศาสตร์ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏ อุบลราชธานี
- พิสมัย วีรยาพร. (2550). **การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนความสามารถในการคิดแก้ปัญหา และความพึงพอใจในการเรียนวิชาคณิตศาสตร์ประยุกต์ 1 เรื่องสมการและการแปรผันชั้น ประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 1 ที่เรียนแบบร่วมมือ (LT) กับที่เรียนแบบปกติ**. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาวิจัยการศึกษา, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วัฒนาพร ระงับทุกข์. (2541). **การจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ**. ตันอ้อ 1999.
- วิษชุดา อ้วนศรีเมือง. (2554). **การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิทยาศาสตร์ และความสามารถ ในการคิดแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้ แบบร่วมมือโดยใช้เทคนิค STAD กับการจัดการเรียนรู้แบบร่วมมือโดยใช้เทคนิค LT**. การศึกษา และการสอน (มัธยมศึกษา), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิชาการและมาตรฐานการศึกษา, สำนัก. (2551). **ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้แกนกลางกลุ่มสาระการ เรียนรู้คณิตศาสตร์ ตามหลักสูตร แกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551**. องค์การ รับส่งสินค้า และพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.).

- วิมลรัตน์ สุนทรโรจน์. (2545). เอกสารประกอบการสอนวิชา 0506703 : พัฒนาการเรียนการสอน = 0506703 : Teaching and learning development. ภาควิชาหลักสูตรและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สมนึก ภัททิยธนี. (2546). การวัดผลการศึกษา. ประสานการพิมพ์.
- สมศักดิ์ สินธุระเวชญ์. (2544). กิจกรรมพัฒนาผู้เรียน ระดับประถมศึกษา. วัฒนาพานิช.
- สิริพร ทิพย์คง. (2544). การแก้ปัญหาคณิตศาสตร์. โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- สุวิทย์ มูลคำ และอรทัย มูลคำ. (2546). 21 วิธีจัดการเรียนรู้ : เพื่อพัฒนากระบวนการคิด. พิมพ์ครั้งที่ 4. ดวงกลมสมัย.

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต

สาขาอุตสาหกรรมบริการการบิน คณะศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี

ภายใต้การศึกษาที่มุ่งเน้นการสอบ ประจำปีการศึกษา 2563

The research of the influence factors affecting the need for future education at Bachelor of Faculty of Liberal Arts in Aviation Service Industry program, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, under the examination oriented of year 2020

พลอยวรินทร์ แสงสมบูรณ์¹ ปารย์กัญจน์ วิจิตรสงวน² พาริดา พรหมบุตร²

วัลภา จันดาเป้า² ช่อส อักษรกิตติ²

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาอุตสาหกรรมบริการการบิน คณะศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี ของนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายปีที่ 4 - 6 ในเขตปทุมธานี และพระนครศรีอยุธยา รวมทั้งวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาอุตสาหกรรมบริการการบิน คณะศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี โดยกลุ่มตัวอย่างเก็บข้อมูลจากนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายปีที่ 4 - 6 หรือเทียบเท่า ในเขตปทุมธานี และพระนครศรีอยุธยา จำนวน 245 คน ดำเนินการวิจัยโดยวิธีศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 6 โรงเรียน โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์วัตถุประสงค์ของการวิจัย ดำเนินการส่งแบบสอบถาม และสัมภาษณ์ โดยคำถามที่ใช้สัมภาษณ์เป็นแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ทำการรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศเป็นเพศหญิง จำนวน 146 คน ร้อยละ 59.59 เพศชาย จำนวน 99 คน ร้อยละ 40.41 กำลังศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 30 คน ร้อยละ 12.20 รองลงมามีมัธยมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 60 คน ร้อยละ 24.48 และมีมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 155 คน ร้อยละ 63.26 ตามลำดับ เกรดเฉลี่ยสะสมส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 3.01-3.50 ขึ้นไป จำนวน 65 คน ร้อยละ 26.53 รองลงมาเกรดเฉลี่ยระหว่าง 2.81-3.00 จำนวน 61 คน ร้อยละ 24.89 และเกรดเฉลี่ยระหว่าง 3.50 ขึ้นไป จำนวน 58 คน ร้อยละ 23.67 รายได้รวมของครอบครัว

¹ อาจารย์ประจำสาขาอุตสาหกรรมบริการการบิน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

E-Mail: ploywarin_s@mutt.ac.th

² อาจารย์ประจำสาขาอุตสาหกรรมบริการการบิน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 99 คน ร้อยละ 32.24 รองลงมาได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 64 คน ร้อยละ 26.12 และมีรายได้อยู่ระหว่าง 20,001-25,000 บาท จำนวน 47 คน ร้อยละ 19.18

จากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อหลักสูตรฯ มทร.ธัญบุรี ภายใต้การศึกษา ที่มุ่งเน้นการสอบ ประจำปีการศึกษา 2563 ในแต่ละด้าน พบว่าด้านความคาดหวังของนักเรียนที่มีต่อ มหาวิทยาลัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดสรรทุนการศึกษาให้เปล่า สำหรับนักเรียนที่เรียนดีแต่ขาดแคลนคุณทรัพย์ศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีตลอดหลักสูตร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านโปรแกรมการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านโปรแกรมการศึกษา โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฯ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคล โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: ปัจจัยที่มีอิทธิพล, การศึกษาที่มุ่งเน้นการสอบ, อุตสาหกรรมการบริการการบิน

Abstract

The objective of the research were to study about The research of the influence factors affecting the need for future education at Bachelor of Faculty of Liberal Arts in Aviation Service Industry program, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, under the examination oriented of year 2020. Using sample students was the in amount of 245 persons by using simple random sampling from students 4st – 6th year in Pathum Thani and Phra Nakhon Si Ayutthaya Including a Study on the Influence Factors the need for future education at Bachelor of Aviation Service Industry, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi under the Exam-oriented Education. The samples were collected from students in 4st – 6th in Pathum Thani and Phra Nakhon Si Ayutthaya. Therefore, a samples group of 245 peoples. Using six school samples of conducted in-depth interview by using the Semi-Structured interview questions and analyzed the collected data within the criteria.

The Result of this research of respondents of 146 persons (59.59 percent) were female and 99 persons (59.59 percent) were male, from students in 4st 30 persons (12.20 percent), 5th 60 persons (24.48 percent) and 6th 155 persons (63.26 percent), grade point average (GPA) at 3.01-3.50 65 persons (26.53percent), at 2.81-3.00 61

persons (24.89 percent) and 3.50 and above 58 peoples (23.67 percent). Average income is 15,001-20,000 bath/month 99 persons (32.24 percent), 15,001-20,000 bath/month 64 persons (26.12 percent) and 20,001-25,000 bath/month 47 person (19.18 percent).

In additional result influence factors affecting the need for future education at Bachelor of Faculty of Liberal Arts in Aviation Service Industry program, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, under the examination oriented of year 2020 found that the correspondents showed the means of overall institutional expectations, Institutional image and educational program were at highest level and the means of personal factors at were high level.

Keywords: Influence factors, Examination oriented, Aviation service industry

บทนำ

สถานการณ์เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับพันธกิจของ มทร. ธัญบุรี โดยมุ่งเน้นถึงความเป็นมหาวิทยาลัยรัฐชั้นนำแห่งความภาคภูมิใจด้านวิทยาการและเทคโนโลยี ผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพโดดเด่นด้านความรู้ ทักษะประสบการณ์ เพียบพร้อมคุณธรรมและจริยธรรม โดยให้การศึกษาระดับอุดมศึกษาที่มีระบบการจัดการเรียนการสอนให้กับนักเรียน นักศึกษา และผู้ที่มีความประสงค์จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา โดยมุ่งเน้นสาขาวิชาชีพที่จำเป็นต่อการพัฒนาและให้บริการท้องถิ่น ทั้งนี้ จากพันธกิจของมหาวิทยาลัยต่อสถานการณ์ภายนอก อาทิ เช่น การรวมตัวประชาคมอาเซียน ทำให้คณะศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี ได้มีการเปิดสอนหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต ระดับปริญญาตรี 4 ปี ในสาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร การท่องเที่ยว และการจัดการโรงแรม เพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนด้านวิชาชีพให้กับนักเรียน นักศึกษาและผู้ที่มีความประสงค์จะศึกษาต่อในระดับอุดมศึกษา เพื่อยกระดับความรู้ ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของตนเอง มุ่งเน้นการผลิตบัณฑิต นักปฏิบัติมืออาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับประเด็นยุทธศาสตร์เรื่องของการผลิตและพัฒนากำลังคนด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อรองรับยุทธศาสตร์ชาติ โดยยุทธศาสตร์ชาติ 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย (10 S-Curve) / 5 อุตสาหกรรมอนาคต (New S - Curve) ที่เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ได้แก่ หุ่นยนต์เพื่ออุตสาหกรรม (Robotics) อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and Logistics) อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels and Biochemicals) อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital) และอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub)

จากยุทธศาสตร์ของรัฐบาลที่ตอบรับแผนยุทธศาสตร์ของ มทร.ธัญบุรี คณะศิลปศาสตร์ จึงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติเพื่อตอบรับ 5 อุตสาหกรรมอนาคต (New S -

Curve) ด้านอุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and Logistics) จึงได้เปิดการเรียนการสอนในหลักสูตรใหม่ ระดับปริญญาตรี 4 ปี ในสาขาอุตสาหกรรมการบริการการบิน โดยได้นำศาสตร์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับคณะศิลปศาสตร์มาบูรณาการเป็นองค์ความรู้ใหม่ ซึ่งได้พิจารณาจากสถิตินักศึกษาที่มีความสนใจจะศึกษาต่อคณะศิลปศาสตร์มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อศิลปศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ของนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายระหว่างปีที่ 4 - 6 ในเขตปทุมธานี และพระนครศรีอยุธยา ซึ่งผลการศึกษาในครั้งนี้จะใช้เป็นประโยชน์ต่อคณะศิลปศาสตร์ และ มทร.ธัญบุรี เพื่อปรับแผนการบริหารงานการรับนักศึกษาให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อหลักสูตรฯ ของนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายปีที่ 4 - 6 ในเขตปทุมธานี และพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้บริหารหลักสูตรฯ ได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาหลักสูตรอุตสาหกรรมการบริการการบิน รวมทั้งการนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ต่อการจัดการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับการประกอบอาชีพของนักศึกษาในอนาคต

สมมุติฐานการวิจัย

- H1. ภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรฯ มทร.ธัญบุรี
- H2. ความคาดหวังของนักเรียนที่มีต่อมหาวิทยาลัยมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรฯ มทร.ธัญบุรี
- H3. โปรแกรมการศึกษามีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์กับความต้องการเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรฯ มทร.ธัญบุรี
- H4. เหตุผลส่วนตัวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการในการเลือกเข้าศึกษาต่อหลักสูตรฯ มทร.ธัญบุรี

ขอบเขตของปัญหา

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิตสาขาอุตสาหกรรมการบริการการบิน คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีภายใต้การศึกษาที่มุ่งเน้นการสอบ ประจำปีการศึกษา 2563” ได้จำกัดขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างและตัวแปรไว้ดังนี้

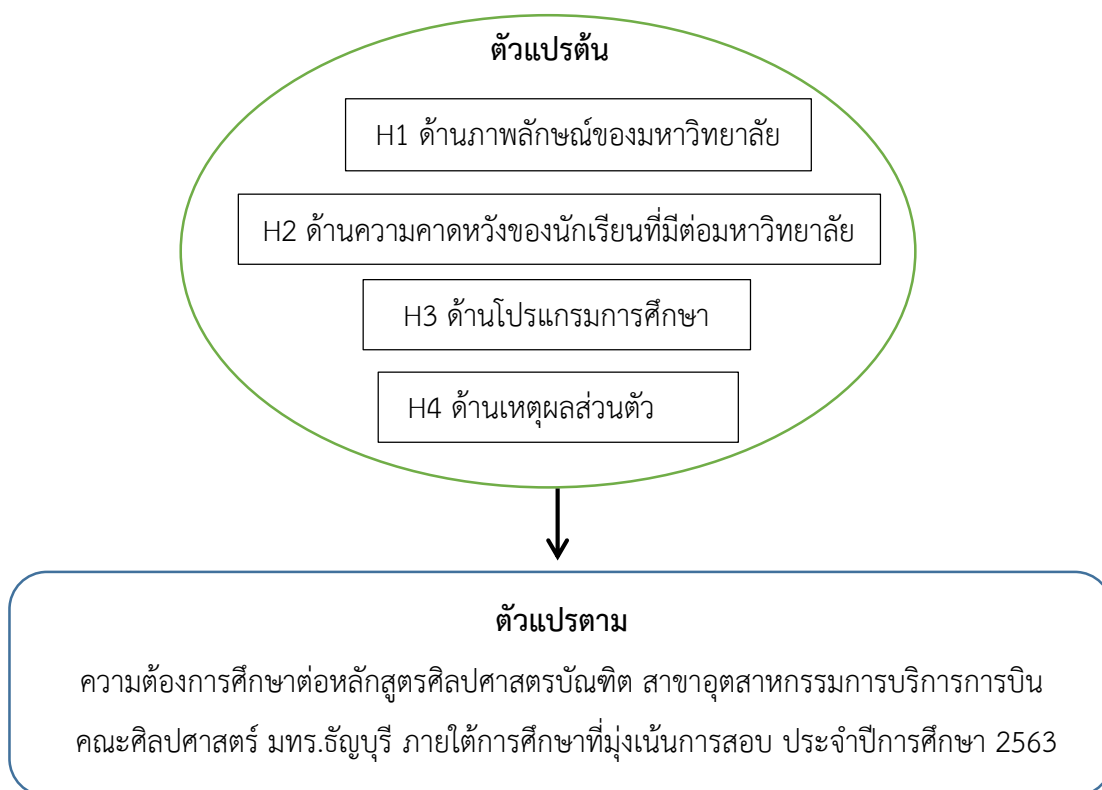
การวิจัยในครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างคือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายปีระหว่างปีที่ 4 - 6 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 4 จังหวัดปทุมธานี จำนวน 4 แห่ง และสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 3 จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 2 แห่ง ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 จำนวน 245 คน เป็นชาย 99 คน หญิง 146 คน

โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัย คือการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อ หลักสูตรฯ ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดการวิจัยโดยบูรณาการตัวแปรจาก Cubillo Sanchez, and Cervino, 2006 ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) คือ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่

- 1) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย (Institutional image)
- 2) ปัจจัยด้านความคาดหวังของนักเรียนที่มีต่อมหาวิทยาลัย (Institutional expectation)
- 3) ปัจจัยด้านโปรแกรมการศึกษา (Education Program)
- 4) ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัวบุคคล (Personal factors)

ตัวแปรตาม คือ หลักสูตรฯ โดยเขียนเป็นกรอบแนวคิดการศึกษาดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย

ที่มา : บูรณาการตัวแปรจาก Cubillo Sanchez, and Cervino, 2006

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายระหว่างปีที่ 4 - 6 แผนการเรียน วิทย - คณิต แผนการเรียน ศิลป์ - ภาษา และแผนการเรียน ศิลป์ - คำนวณ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 4 ปทุมธานี จำนวน 4 แห่ง และสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 3 พระนครศรีอยุธยา จำนวน 2 แห่ง ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2562 จำนวนรวมทั้งสิ้น 245 คน เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) โดยเน้นวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม (Questionnaire) ภายใต้กรอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ (วัชรพล คงเจริญ , 2557) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามปลายเปิด และแบบสอบถามปลายปิดแบบมีหลายตัวเลือก (Multiple Choice Questions) ลักษณะของคำถามเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) (บุญใจ ศรีสถิตยนรากร, 2555, น. 280) ประกอบด้วย เพศ กำลังศึกษาระดับชั้น เกรดเฉลี่ยสะสม แหล่งเงินทุนที่สนับสนุนในการเรียน และรายได้รวมของครอบครัว ผู้ปกครอง

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อหลักสูตรฯ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด โดยใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านภาพลักษณ์สถาบัน 2) ปัจจัยด้านโปรแกรมการศึกษา 3) ปัจจัยด้านความคาดหวังของนักเรียนที่มีต่อมหาวิทยาลัย และ 4) ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อหลักสูตรฯ โดยใช้แบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Questions)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการตรวจสอบความถูกต้องและความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ 4 คน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ (ณัชชา สุวรรณวงศ์, 2560) และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับนักเรียนจากสถานศึกษาในเขตปทุมธานี และพระนครศรีอยุธยา จำนวน 30 คน เพื่อนำผลไปตรวจสอบค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยการวัดความสอดคล้องภายในโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลจากการคำนวณมีค่า โดยมีค่าความเชื่อมั่น (Reliability) 0.956 ซึ่งแสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูง (บุญใจ ศรีสถิตยนรากร, 2555) สำหรับการแปลความหมายของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2544) คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.000

ถึง 0.999 หมายถึง มีการกระจายของข้อมูลไม่แตกต่างกันมากและ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.000 ขึ้นไป หมายถึง มีการกระจายของข้อมูลแตกต่างกันมาก

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการ 1) เก็บข้อมูลในระหว่างเดือน พฤศจิกายน 2562 – มกราคม 2563 2) นำแบบสอบถามใส่ใน Google Form เพื่อเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง 3) นำแบบสอบถามส่งเป็น Link ให้กับครูแนะแนว เพื่อประชาสัมพันธ์ให้นักเรียน กรอกข้อมูล และ 4) คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นโรงเรียนมัธยมในเขตปทุมธานี จำนวน 4 แห่ง และ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 2 แห่ง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้แจกแบบสอบถามให้กลุ่ม ตัวอย่างซึ่งเป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 - 6 ในเขตปทุมธานี จำนวน 4 แห่ง และจังหวัด พระนครศรีอยุธยา จำนวน 2 แห่ง เก็บรวบรวม ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับ กลับคืน จำนวน 258 ชุด พบว่ามีแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ จำนวน 245 ชุด (ส่งกลับคืนภายใน กำหนดเวลา) คิดเป็นร้อยละ 94.96 นักเรียนเพศชาย จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 40.41 เพศหญิง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 59.59 โดยนำเสนอข้อมูลในรูปของความถี่ และค่าร้อยละ

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เป็นเพศชาย จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 40.41 เพศหญิง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 59.59 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ กำลังศึกษาอยู่ในกลุ่มแผนการเรียนวิทย์ – คณิต จำนวน 119 คน ร้อยละ 48.58 รองลงมาแผนการ เรียนศิลป์ – ภาษา จำนวน 74 คน ร้อยละ 30.21 และแผนการเรียนศิลป์ – คำนวณ จำนวน 52 คน ร้อยละ 21.23 ส่วนใหญ่กำลังศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 155 คน ร้อยละ 63.26 รองลงมา ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 60 คน ร้อยละ 24.20 ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 30 คน ร้อยละ 12.20 เกรดเฉลี่ยสะสมส่วนใหญ่ 3.01 - 3.50 จำนวน 65 คน ร้อยละ 26.53 รองลงมา 2.81 - 3.00 จำนวน 61 คน ร้อยละ 24.89 เกรดเฉลี่ยสะสม 3.50 ขึ้นไป จำนวน 58 คน ร้อยละ 23.67 เกรดเฉลี่ยสะสม 2.51 - 2.80 จำนวน 37 คน ร้อยละ 15.10 และเกรดเฉลี่ยสะสม 2.30 - 2.50 จำนวน 24 คน ร้อยละ 9.79 รายได้ของครอบครัวส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 99 คน ร้อยละ 32.24 รองลงมาอยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท จำนวน 64 คน ร้อยละ 26.12 อยู่ระหว่าง 20,001-25,000 บาท จำนวน 47 คน ร้อยละ 19.18 อยู่ระหว่าง 25,001-30,000 บาท จำนวน 32 คน ร้อยละ 13.06 และอยู่ระหว่าง 30,001 ขึ้นไป จำนวน 19 คน ร้อยละ 7.79

2. การนำเสนอระดับความคิดเห็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อหลักสูตรฯ คณะศิลปศาสตร์ มทร. รัตนบุรี ภายใต้การศึกษาที่มุ่งเน้นการสอบ ประจำปีการศึกษา 2563 ในภาพรวม นำเสนอระดับความคิดเห็นและลำดับแสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อหลักสูตรฯ ในภาพรวม

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	
			ความ คิดเห็น	ระดับ
1. ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	4.49	0.45	มากที่สุด	1
2. ปัจจัยด้านโปรแกรมการศึกษา	4.41	0.49	มากที่สุด	3
3. ปัจจัยด้านความคาดหวังของนักเรียนที่มีต่อมหาวิทยาลัย	4.43	0.72	มากที่สุด	2
4. ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัวบุคคล	4.02	0.79	มาก	4
รวม	4.34	0.61	มากที่สุด	

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยโดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.34$ S.D. = 0.61) พิจารณาเป็นรายด้านพบว่าระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อค่าเฉลี่ยรายด้านในอันดับที่ 1 คือด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.45)

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของนักเรียนเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฯ โดยนำเสนอในรูปแบบของข้อมูลค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ระดับความคิดเห็นและลำดับแสดงในตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	
			ความ คิดเห็น	ระดับ
1. เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐที่มีชื่อเสียงมานาน	4.49	0.59	มากที่สุด	1
2. เป็นมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลากหลายสาขาวิชา	4.05	0.65	มาก	4
3. เป็นมหาวิทยาลัยที่มีความโดดเด่นด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	4.11	0.68	มาก	6

ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	
			ความ คิดเห็น	ระดับ
4. เป็นมหาวิทยาลัยที่มีคณาจารย์เก่งและมีความรู้ เชี่ยวชาญ	4.37	0.61	มากที่สุด	2
5. เป็นมหาวิทยาลัยที่จบการศึกษาแล้วได้รับการยอมรับ จากตลาดแรงงาน	4.32	0.63	มากที่สุด	3
6. เป็นมหาวิทยาลัยที่มีความพร้อมและความทันสมัยของ อุปกรณ์สำหรับการเรียนการสอน	4.09	0.67	มาก	5
7. เป็นมหาวิทยาลัยที่มีขนาดพื้นที่ ใหญ่โตและความ ทันสมัยของอาคารเรียน	4.18	0.73	มาก	9
8. เป็นมหาวิทยาลัยที่มีความสวยงามและความร่มรื่น ภายในมหาวิทยาลัย	4.20	0.75	มาก	10
9. เป็นมหาวิทยาลัยที่มีเป็นมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงของ นักศึกษาปัจจุบัน หรือศิษย์เก่า	4.13	0.69	มาก	7
10. เป็นมหาวิทยาลัยที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ เช่น หอพัก สนามกีฬา สถานพยาบาล	4.15	0.71	มาก	8
รวม	4.20	0.67	มากที่สุด	

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อค่าเฉลี่ยรายข้อในอันดับที่ 1 คือ เป็นมหาวิทยาลัยของรัฐที่มีชื่อเสียงมานาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.59)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านโปรแกรมการศึกษา

ปัจจัยด้านโปรแกรมการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	
			ความ คิดเห็น	ระดับ
1. หลักสูตรที่เปิดสอนเน้นสมรรถนะพร้อมเข้าสู่อาชีพ และทันต่อการเปลี่ยนแปลง	4.43	0.59	มากที่สุด	2
2. เป็นมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรตรงหรือใกล้เคียง กับที่ตลาดแรงงานต้องการ	4.46	0.63	มากที่สุด	1

ปัจจัยด้านโปรแกรมการศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	
			ความ คิดเห็น	ระดับ
3. เป็นมหาวิทยาลัยที่มีค่าเล่าเรียนในการศึกษาต่อเหมาะสม	3.98	0.54	มาก	3
4. เป็นมหาวิทยาลัยที่มีอัตราการแข่งขันในการสอบเข้าคณะนั้นๆ	3.94	0.61	มาก	4
5. เป็นมหาวิทยาลัยที่รูปแบบการรับนักศึกษา เช่น รับนักศึกษาจากคะแนนแอดมิสชัน สอบตรง หรือเลือกรับเข้าจากทั้งสองทาง	4.14	0.73	มาก	5
รวม	4.19	0.62	มากที่สุด	

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านโปรแกรมการศึกษา มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อค่าเฉลี่ยรายข้อในอันดับที่ 1 คือ เป็นมหาวิทยาลัยที่เปิดสอนหลักสูตรตรงหรือใกล้เคียงกับที่ตลาดแรงงานต้องการ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.46$, S.D. = 0.63)

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านความคาดหวังของนักเรียนที่มีต่อมหาวิทยาลัย

ด้านความคาดหวังของนักเรียนที่มีต่อมหาวิทยาลัย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	
			ความ คิดเห็น	ระดับ
1. มีการจัดสรรทุนการศึกษาให้เปล่าสำหรับนักเรียนที่เรียนดีแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์ศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีตลอดหลักสูตร	4.68	0.51	มากที่สุด	1
2. มีโครงการให้นักศึกษามีรายได้ในระหว่างเรียน	4.63	0.63	มาก	5
3. มีการคัดเลือกนักศึกษาที่ผ่านคะแนนภาษาอังกฤษไปฝึกงานต่างประเทศ	4.59	0.61	มาก	4
4. มีสถานประกอบการรองรับนักศึกษาหลังจากสำเร็จการศึกษา	4.65	0.53	มากที่สุด	2

ด้านความคาดหวังของนักเรียนที่มีต่อมหาวิทยาลัย	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	
			ความ คิดเห็น	ระดับ
5. มีการสนับสนุนด้านการพัฒนาความรู้ ความสามารถ อบรม ศึกษาคุณงานนอกสถานที่	4.66	0.56	มากที่สุด	3
รวม	4.64	0.57	มากที่สุด	

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านความคาดหวังของนักเรียนที่มีต่อมหาวิทยาลัย มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.64$, S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อค่าเฉลี่ยรายข้อในอันดับที่ 1 คือ มีการจัดสรรทุนการศึกษาให้เปล่าสำหรับนักเรียนที่เรียนดีแต่ขาดแคลนทุนทรัพย์ศึกษาต่อในระดับปริญญาตรีตลอดหลักสูตร มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.59)

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านเหตุผลส่วนตัวบุคคล

ปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัวบุคคล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	
			ความ คิดเห็น	ระดับ
1. เพื่อนส่วนใหญ่มีความนิยมในมหาวิทยาลัยแห่งนี้	4.12	0.69	มาก	3
2. มีบุคคลที่ท่านประทับใจ (Idol) เป็นศิษย์เก่าสถาบันนี้	3.89	0.76	มาก	4
3. มีข้อมูลเกี่ยวกับสถาบัน คณะ หรือวิชาที่เปิดสอนจาก อินเทอร์เน็ต	4.56	0.53	มากที่สุด	1
4. เป็นมหาวิทยาลัยที่ท่านมีรุ่นพี่ / คนรู้จักเรียนอยู่	4.15	0.62	มาก	2
5. ข้อมูลของสถาบันการศึกษาที่ท่านได้จากการเข้า ร่วมงานแนะแนวการศึกษาต่อ	4.04	0.83	มาก	5
รวม	4.15	0.69	มาก	

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นปัจจัยด้านเหตุผลส่วนตัวบุคคล มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.69) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อค่าเฉลี่ยรายข้อในอันดับที่ 1 คือ มีข้อมูลเกี่ยวกับสถาบัน คณะ หรือวิชาที่เปิดสอนจากอินเทอร์เน็ต มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, S.D. = 0.66)

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อหลักสูตรฯ ผู้ศึกษาสามารถอภิปรายผลที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า เป็นเพศชาย จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 40.41 เพศหญิง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 59.59 ส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ในกลุ่มแผนการเรียน วิทยาศาสตร์ – คณิต จำนวน 119 คน ร้อยละ 48.58 รองลงมาแผนการเรียนศิลป์ – ภาษา จำนวน 74 คน ร้อยละ 30.21 และแผนการเรียนศิลป์ – คำนวณ จำนวน 52 คน ร้อยละ 21.23 ส่วนใหญ่กำลังศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 155 คน ร้อยละ 63.26 รองลงมาระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 จำนวน 60 คน ร้อยละ 24.20 และระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 30 คน ร้อยละ 12.20 เกรดเฉลี่ยสะสมส่วนใหญ่ 3.01 - 3.50 จำนวน 65 คน ร้อยละ 26.53 รองลงมา 2.81 - 3.00 จำนวน 61 คน ร้อยละ 24.89 และเกรดเฉลี่ยสะสม 3.50 ขึ้นไป จำนวน 58 คน ร้อยละ 23.67 รายได้ของครอบครัวส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 15,001-20,000 บาท จำนวน 99 คน ร้อยละ 32.24 รองลงมาอยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท จำนวน 64 คน ร้อยละ 26.12 และอยู่ระหว่าง 20,001-25,000 บาท จำนวน 47 คน ร้อยละ 19.18

2. ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยฯ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ณัชชา สุวรรณวงศ์ (2560) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีใน มทร. อีสาน นครราชสีมา (ระบบโควตา) ประจำปีการศึกษา 2560 ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยด้านหลักสูตร และด้านเหตุผลส่วนตัวด้านโปรแกรมการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านโปรแกรมการศึกษาโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ศศิวิมล แสนเมือง (2554) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือก มทส.ของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัย ด้านหลักสูตรและด้านเหตุผลส่วนตัวมีผลต่อการตั้งใจเลือก มทส. ของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ปัจจัยด้านความคาดหวังของนักเรียนที่มีต่อมหาวิทยาลัย พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการศึกษาต่อหลักสูตรฯ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านเหตุผลส่วนบุคคล พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านเหตุผลส่วนบุคคลโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ เมธาวี สุขปาน (2556) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียนกรณีศึกษาวิทยาลัยพณิชยการธนบุรี ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญมากที่สุดกับปัจจัยด้านความชอบและความถนัดของส่วนตัวมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากข้อมูลที่ได้รับรวบรวมและสรุปไว้ในการทำวิจัยฉบับนี้ คณะศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการวางแผนพัฒนากำลังคนด้านวิชาชีพและเทคโนโลยีขั้นสูง โดยมุ่งเน้น ยุทธศาสตร์ 10 อุตสาหกรรมเป้าหมาย (10 s-cave) ในการพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรสาขา อุตสาหกรรมการบริการการบิน เพื่อตอบรับกับยุทธศาสตร์ชาติในด้านอุตสาหกรรมใหม่การผลิตและพัฒนาากำลังคนด้านวิชาชีพและส่งเสริมทางด้านการบริหารจัดการและเทคโนโลยีทางด้านการบิน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป

การทำวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อจำกัดเฉพาะนักเรียนในระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายปีที่ 4 - 6 ในเขตปทุมธานี และพระนครศรีอยุธยา ดังนั้นการนำแนวการศึกษานี้ไปใช้จะต้องพิจารณาถึง ขอบเขตการศึกษาให้เหมาะสม ผลการศึกษาเป็นเพียงแนวทางเบื้องต้น เพื่อนำไปขยายหรือต่อยอด ทางด้านวิจัยในด้านอื่นๆ และการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ แนวทางในการทำวิจัยในอนาคต ควรเน้นการวางแผนการบริหารจัดการหลักสูตรฯ ได้เป็นอย่างดี และสามารถนำมาสร้างเป็น กรณศึกษาในชั้นเรียนให้แก่นักศึกษาได้

บรรณานุกรม

- กระทรวงแรงงาน.(2555). ความสำคัญในการเลือกอาชีพ. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก http://lb.mol.go.th/ewt_news.php?mid=137.
- ณัชชา สุวรรณวงศ์. (2560) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีใน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (ระบบโควตา) ประจำปีการศึกษา 2560. งานบริหารงานทั่วไป สำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน มหาวิทยาลัย.
- ธนภุต ยืนยงเดชา. (2554). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกเรียนศึกษาต่อระดับอุดมศึกษามหาวิทยาลัย เชียงใหม่เป็นอันดับหนึ่งของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลายในเขตอำเภอเมือง จังหวัด เชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- นพอนันต์ เพียรมั่นคง. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลในการเลือกอาชีพของนักศึกษาสาขาการจัดการ การบิน สถาบันเทคโนโลยีการบิน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขต บางพระ. สถาบันเทคโนโลยีการบิน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขต บางพระ.
- บ้านจอมยุทธ. (2553). ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow's hierarchy 9 of needs theory). [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <http://www.baanjommyut.com/lobrary/personality/08.html>

- เมธาวี สุขปาน. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกศึกษาต่อในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ของนักเรียน วิทยาลัยพณิชยการธนบุรี. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศศิวิมล แสนเมือง. (2554). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารีของนักเรียนที่มีผลการเรียนดีในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี. นครราชสีมา
- Chen, C. H., and Zimitat, C. (2006). Understanding Taiwanese Students' Decision Making Factors Regarding Australian International Higher Education. **International Journal of Educational Management**, 20(2): 91-100.

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้ อิงมาตรฐาน ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี The Development of a training course on knowledge of standardized Unit design of science and technology learning subject teachers

วัชรภัทร เตชะวัฒนศิริดำรง¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาและหาประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 2) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 3) เพื่อกำกับและติดตามผลการนำความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีไปใช้ปฏิบัติในสถานศึกษา โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยและพัฒนา และประสมประสานการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ประชากรคือ ครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 275 คน กลุ่มตัวอย่างคือ ครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 90 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบทดสอบความรู้ แบบประเมิน และแบบสอบถาม วิธีดำเนินการวิจัย แบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 การศึกษาและวิเคราะห์ ขั้นที่ 2 การออกแบบและพัฒนา ขั้นที่ 3 การทดลองภาคสนาม และขั้นที่ 4 การติดตามผล วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความเที่ยงตรง ค่าความยากง่าย ค่าอำนาจจำแนก ค่าความเชื่อมั่น ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทางและการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการของเชฟเฟ

ผลการวิจัยพบว่า (1) ผลการประเมินประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (2) ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน เป็นรายคู่ของครูกลุ่มทดลองปรากฏว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และ (3) ผลการกำกับและติดตาม พบว่า ครูที่ผ่านการฝึกอบรมนำความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานไปใช้ปฏิบัติในสถานศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

¹สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. E-mail: anan_xisu@163.com

คำสำคัญ: หลักสูตรฝึกอบรม, หน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน, วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

Abstract

The purposes of this research were: 1) to develop and find the effectiveness of the training course on knowledge of standardized unit design Of science and technology learning subject teachers, 2) to compare the achievement in knowledge about unit-based learning unit design. of science and technology learning subject teachers, 3) to supervise and follow up on the application of knowledge about unit-based learning unit design of science and technology learning subject to be used in educational institutions by using research and development methods, and the integration of participatory action research. The population consisted of 275 science and technology learning teachers. Science and technology learning teachers, consisting of 90 teachers, using systematic sampling. The research instruments are knowledge tests, evaluation forms, and questionnaires. The research methodology divided into 4 steps which are step 1: Study and Analysis, step 2: Design and Development, step 3: Field Trial, and step 4: Monitoring and analysis of data by using computer software. The statistics used for data analysis were accurate, Difficulty Classification power Confidence percentage, average, standard deviation Two-way covariance, and testing the differences in pairs using the Schefft method.

The research results revealed that: 1) the evaluation of the effectiveness of the training course on knowledge of standardized unit design. Of science and technology teaching subject teachers Overall, it was at the highest level 2) the comparison of differences in knowledge about standardized unit design. Is a pair of experimental group teachers? It appears that There were statistically significant differences at the .01 and 3 levels. The results of supervision and follow-up showed that trained teachers applied knowledge about standardized unit design in practice in schools. The overall picture is in the high level

Keywords: Training course, Standardized learning unit, Science and technology

บทนำ

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 ดังมาตรา 6 บัญญัติไว้ว่า

การจัดการศึกษาต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ สติปัญญา ความรู้ มีคุณธรรม จริยธรรม และวัฒนธรรมในการดำรงชีวิต สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข สอดคล้องกับมาตรา 52 กล่าวถึง การให้กระทรวงส่งเสริมให้มีระบบ กระบวนการผลิต การพัฒนาครู คณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษาให้มีคุณภาพและมาตรฐานที่เหมาะสมกับการเป็นวิชาชีพชั้นสูง โดยการกำกับและประสานให้สถาบันที่ทำหน้าที่ผลิตและพัฒนาครู คณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษาให้มีความพร้อมและมีความเข้มแข็งในการเตรียมบุคลากรใหม่และการพัฒนาบุคลากรประจำการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้มาตรา 56 กล่าวว่า การผลิตและพัฒนาครู คณาจารย์และบุคลากรทางการศึกษา การพัฒนามาตรฐานและจรรยาบรรณของวิชาชีพ และการบริหารงานบุคคลของข้าราชการหรือพนักงานของรัฐในสถานศึกษาที่เป็นนิติบุคคล ให้เป็นไปตามกฎหมายว่าด้วยการจัดตั้งสถานศึกษาแต่ละแห่งและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นเพื่อให้เกิดคุณภาพทางการศึกษา และสามารถพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพ มีความสามารถ และมีสมรรถนะที่เหมาะสมตามเจตนารมณ์ของกฎหมายและยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศดังกล่าว ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนากำลังคนควรกำหนดให้มีการส่งเสริมสนับสนุนให้ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาได้มีการสั่งสมความชำนาญและความเชี่ยวชาญในการจัดการเรียนการสอน มีการพัฒนาตนเองและพัฒนาวิชาชีพเป็นไปตามมาตรฐานวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมให้ครูประพฤติปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี มีวินัย คุณธรรม จริยธรรม และจรรยาบรรณวิชาชีพ (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560)

การพัฒนาทรัพยากรคนด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จึงมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 เนื่องจากวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ช่วยให้ผู้เรียนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ คิดอย่างมีเหตุผล เป็นระบบ มีแบบแผน สามารถวิเคราะห์ปัญหาหรือสถานการณ์ได้อย่างรอบคอบและถี่ถ้วน ช่วยให้คาดการณ์ วางแผน ตัดสินใจ แก้ปัญหาได้อย่างถูกต้องเหมาะสม และสามารถนำไปใช้ในชีวิตจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยียังเป็นเครื่องมือในการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และศาสตร์อื่นๆ อันเป็นรากฐานในการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของชาติให้มีคุณภาพและพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้ทัดเทียมกับนานาชาติ การศึกษาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันสมัยและสอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ สังคม และความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วในยุคโลกาภิวัตน์ ดังนั้นการกำหนดหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ซึ่งครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจะต้องศึกษา ค้นคว้า ออกแบบ และพัฒนาเองมีไข่นำมาจากหัวข้อในหนังสือเรียนหรือแบบเรียน หน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานในลักษณะบูรณาการนี้จะมีลักษณะสะท้อนให้เห็นภาพรวมของแนวคิดต่างๆ ได้กว้างขวางอย่างลึกซึ้งมองเห็นวิธีการจัดการเรียนรู้ เพื่อให้ได้ความรู้ในหน่วยเรียนรู้นั้นได้อย่างหลากหลาย ความรู้ที่ได้จะต้องมีความหมายต่อผู้เรียน ดังนั้นการเลือกใช้ยุทธศาสตร์การจัดการเรียนรู้ไว้ว่า ครูผู้สอนจะต้องเลือกใช้ยุทธศาสตร์การจัดการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับธรรมชาติของเนื้อหาวิชา มาตรฐานการเรียนรู้และตัวชี้วัด แต่ต้องเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญให้ผู้เรียนได้เรียนรู้อย่างมีความสุข โดยหลักในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ได้แก่ 1) การให้ผู้เรียนเป็นผู้สร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง 2) การให้ผู้เรียนมีบทบาทและมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ให้มากที่สุด 3) การให้ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์ซึ่งกัน

และกัน และ 4) การให้ผู้เรียนได้เรียนรู้กระบวนการควบคู่ไปกับชิ้นงาน ความรู้ที่สรุปได้ตลอดจนให้ผู้เรียนนำความรู้ที่ได้ไปใช้ประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันได้ (สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา, 2562)

ครูจึงเป็นทรัพยากรบุคคลที่เป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศที่ทรงคุณค่าที่สุดในองค์กร จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการพัฒนาความรู้ความสามารถของครูด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีศักดิ์ จินดานุรักษ์ (2559: 159-173) กล่าวถึง ครูวิทยาศาสตร์มีอาชีพควรมีความรู้ในส่วนที่เป็นศาสตร์การสอน มีความสามารถในการปฏิบัติการสอน ถ่ายทอดความรู้ให้กับผู้เรียนได้ดีใช้แนวคิดความรู้เนื้อหาหาสนวิธีสอนและเทคโนโลยีเป็นความสามารถบูรณาการระหว่างเนื้อหาวิชากับศาสตร์การสอนได้เหมาะสม สามารถหาความรู้ 3 ด้าน ได้แก่ ความรู้ด้านเนื้อหา ความรู้ด้านการสอน และความรู้ด้านเทคโนโลยี เพื่อช่วยให้การสอนโดยใช้เทคโนโลยีเกิดประสิทธิภาพมากขึ้น ส่งผลให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ดีและรวดเร็วขึ้น พัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 เป็นผู้มีคุณธรรม จริยธรรมความเป็นครู มีมนุษยสัมพันธ์ดี สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้ และเป็นผู้ที่พัฒนาความรู้ตนเองอย่างต่อเนื่องอยู่เสมอ นอกจากนี้ ธนิกา วศินยานุวัฒน์ (2561: 82-104) กล่าวถึง แนวโน้มปัจจุบันของการผลิตและพัฒนาครูวิทยาศาสตร์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวโน้มการวิจัยในการผลิตและพัฒนาครูวิทยาศาสตร์ ในวารสาร Journal Science Teacher Education (JSTE) ระหว่างปี 2012-2016 จำนวน 212 ฉบับ พบว่า ตลอดระยะเวลา 5 ปี ประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีการวิจัยด้านการพัฒนาครูมากที่สุด กลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยให้ความสนใจศึกษาเป็นกลุ่มนิสิตครูโดยเป้าหมายของวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่ การศึกษาด้านนโยบายหลักสูตรและบริบทอื่นๆ รองลงมา คือ เป้าหมายเพื่อพัฒนาความรู้ความเข้าใจของครู โดยแต่ละเป้าหมายจะมีประเด็นหลักที่เน้นแตกต่างกัน และมีการใช้กลยุทธ์แบบบูรณาการเพื่อการผลิตและพัฒนาครูโดยที่พบมากที่สุดคือ การโค้ช (Coaching) และการให้คำปรึกษา (Mentoring) ซึ่งผลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อนักการศึกษาที่ทำให้เห็นมุมมองการดำเนินงานวิจัยที่ชัดเจนเพื่อทำนายทิศทางการวางแผนการในการผลิตและพัฒนาครูวิทยาศาสตร์ รวมทั้งต่อยอดงานวิจัยในมุมมองที่กว้างขึ้นในอนาคต

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ในพื้นที่ความรับผิดชอบของคณะ ครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา จึงสนใจที่จะพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ให้ได้รับการพัฒนาตนเองและพัฒนาวิชาชีพโดยผ่านกระบวนการวิจัยและพัฒนาที่เป็นระบบ ดังนั้นการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้กระบวนการฝึกอบรมเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาศักยภาพครูที่จะมุ่งเสริมสร้างสมรรถนะวิชาชีพครูและบุคลากรทางการศึกษาให้เป็นผู้ที่มีความรู้ ทักษะกระบวนการ และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ตามมาตรฐานวิชาชีพครู ที่จะส่งผลต่อคุณภาพในการจัดการเรียนรู้ของตัวครูผู้สอนเองและนำเสนอเป็นทางเลือกให้หน่วยงานทางการศึกษาอื่นๆ ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาและหาประสิทธิภาพหลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
3. เพื่อกำกับและติดตามผลการนำความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีไปใช้ปฏิบัติในสถานศึกษา

สมมติฐานการวิจัย

1. หลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมากที่สุด
2. ครูผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีผลสัมฤทธิ์ด้านความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี หลังการฝึกอบรมสูงกว่าก่อนการฝึกอบรม
3. ครูผู้เข้ารับการฝึกอบรมนำความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานไปใช้ปฏิบัติในสถานศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด

ขอบเขตของปัญหา

1. ความไม่ชัดเจนของหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 ปรับปรุงไปเป็นหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (ฉบับปรับปรุง)
2. เนื้อหาสาระการเรียนรู้ มาตรฐานการเรียนรู้ และตัวชี้วัดในหลักสูตรมีความซ้ำซ้อนกัน ทำให้มีปัญหาในการนำไปใช้ในการจัดการเรียนการสอนในสถานศึกษา
3. ผู้บริหารสถานศึกษา และครูผู้สอนขาดความชัดเจนเกี่ยวกับนโยบายในการนำหลักสูตรไปใช้ปฏิบัติในสถานศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ
4. ครูผู้สอนขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตร การออกแบบการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับหลักสูตรสถานศึกษา
5. ครูผู้สอนขาดทักษะในการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานตามแนวทางของหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (ฉบับปรับปรุง 2560)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยและพัฒนา Research and Development โดยประสมประสานการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม Participatory Action Research และประยุกต์ใช้แบบ

แผนการทดลองแบบ Factorial Designs 2x3 (นิคม ตั้งกะพิภพ, 2543: 131) การกำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ออกเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 การศึกษาและวิเคราะห์ (Study and Analysis) ขั้นที่ 2 การออกแบบและพัฒนา (Design and Development) ขั้นที่ 3 การทดลองภาคสนาม (Field Test) และขั้นที่ 4 การติดตามผล (Follow up)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1 และมัธยมศึกษาปีที่ 4 จำนวน 23 โรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 3 ปีการศึกษา 2562 รวมทั้งสิ้น จำนวน 275 คน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ได้แก่ ครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 1-4 จำนวน 23 โรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 3 ปีการศึกษา 2562 ที่สมัครใจยื่นความจำนงค์เพื่อขอเข้าร่วมพัฒนาตนเองและพัฒนาวิชาชีพ จำนวน 275 คน ผู้วิจัยคัดเลือกไว้ จำนวน 90 คน เพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้โดยใช้วิธีสุ่มแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling) โดยการหาช่วงของการสุ่มคำนวณจากขนาดประชากรหารด้วยขนาดกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ $275 \div 90 = 3$ หมายถึง จัดเรียงลำดับครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ลำดับที่ 1-275 เลือกสุ่มทุกๆ 3 คน จนครบ 90 คน เป็นกลุ่มตัวอย่างแล้ว ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) อีกครั้งหนึ่งเพื่อเลือกเข้ากลุ่มทดลอง จำนวน 3 กลุ่ม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือโดยศึกษาเนื้อหาจากหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (ฉบับปรับปรุง 2560) สาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เพื่อนำมาวิเคราะห์เป็นหลักสูตรฝึกอบรม แบบทดสอบ และแบบประเมินที่เหมาะสมจากการแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

1. แบบทดสอบวัดความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน มีลักษณะเป็นแบบปรนัยแบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ คะแนนรวม 30 คะแนน ซึ่งมีค่าความยาก (P) ตั้งแต่ 0.40 ถึง 0.60 ค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (B) ตั้งแต่ 0.20 ถึง 0.80 ค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบคำนวณโดยใช้สูตรของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) มีค่าเท่ากับ 0.95

2. แบบประเมินทักษะปฏิบัติการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน มีลักษณะเป็นแบบวัดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นที่ได้ต้องมากกว่า 0.70 ขึ้นไปจึงจะนำมาใช้ได้ จากผลการตรวจสอบแบบประเมินทักษะปฏิบัติได้ค่าความเชื่อมั่น 0.89

3. แบบประเมินเจตคติของครูต่อหลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน มีลักษณะเป็นแบบวัดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยใช้

สัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นที่ได้ต้องมากกว่า 0.70 ขึ้นไปจึงจะนำมาใช้ได้จากผลการตรวจสอบแบบประเมินเจตคติได้ค่าความเชื่อมั่น 0.87

4. แบบประเมินชิ้นงานการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน มีลักษณะเป็นแบบ (Rubrics) 3 ระดับ โดยใช้ค่าระดับคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

5. แบบประเมินความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน มีลักษณะเป็นแบบวัดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นที่ได้ต้องมากกว่า 0.70 ขึ้นไปจึงจะนำมาใช้ได้จากผลการตรวจสอบแบบประเมินความพึงพอใจได้ค่าความเชื่อมั่น 0.87

6. แบบกำกับและติดตามผลการนำความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ไปใช้ปฏิบัติในสถานศึกษา มีลักษณะเป็นแบบวัดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นที่ได้ต้องมากกว่า 0.70 ขึ้นไปจึงจะนำมาใช้ได้ จากผลการตรวจสอบแบบกำกับและติดตามผลได้ค่าความเชื่อมั่น 0.91

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการทดลองกับครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบก่อนการฝึกอบรม (Pretest) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบทดสอบวัดความรู้ จำนวน 30 ข้อ ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น และบันทึกผลการทดสอบที่ได้เป็นคะแนนก่อนเรียน

2. ผู้วิจัยดำเนินการฝึกอบรมตามแผนการจัดกิจกรรมที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามสภาพจริงเก็บข้อมูลโดยใช้แบบประเมินทักษะปฏิบัติ แบบประเมินเจตคติของครู และแบบประเมินชิ้นงาน

3. ทดสอบหลังการฝึกอบรม (Posttest) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบทดสอบชุดเดียวกันกับก่อนการฝึกอบรม และบันทึกผลการทดสอบที่ได้เป็นคะแนนหลังเรียน และประเมินความพึงพอใจต่อหลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน

4. หลังเสร็จสิ้นการฝึกอบรมไปแล้วผู้วิจัยทำการกำกับ ติดตามผลการนำความรู้ไปใช้ปฏิบัติในสถานศึกษา เก็บข้อมูลโดยใช้แบบกำกับและติดตามผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์หาประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วย การเรียนรู้อิงมาตรฐาน ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ตามเกณฑ์ 80/80 วิเคราะห์โดยหาค่า E1/E2

2. เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยการทดสอบสมมติฐานทางสถิติโดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง และการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการของเชฟเฟ

3. วิเคราะห์ผลการกำกับและติดตามครูที่ผ่านการฝึกอบรมนำความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานไปใช้ปฏิบัติในสถานศึกษา โดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ได้แก่ 1) ร้อยละ (Percentage) 2) ค่าเฉลี่ย (Mean) 3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 4) วิเคราะห์ความแปรปรวนสองทาง (Two-Way Analysis of Variance) และ 5) การทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธีการของเชฟเฟ (Schiff's test)

ผลการวิจัย

1. การประเมินประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น		แปลผล
	mean	S.D.	
1. กิจกรรมในการพัฒนา	4.96	0.20	มากที่สุด
2. ความเหมาะสม	4.98	0.20	มากที่สุด
3. การนำไปใช้ประโยชน์	4.98	0.32	มากที่สุด
4. เนื้อหา	4.95	0.29	มากที่สุด
รวม	4.97	0.19	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 หลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีประสิทธิภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย = 4.97 (S.D. = 0.19) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด พบว่า ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ มีค่าเฉลี่ย = 4.98 (S.D. = 0.32) รองลงมาคือ ด้านความเหมาะสมมีค่าเฉลี่ย = 4.98 (S.D. = 0.20) ด้านกิจกรรมในการพัฒนามีค่าเฉลี่ย = 4.96 (S.D. = 0.20) และด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย = 4.95 (S.D. = 0.29)

2. การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ระหว่างกลุ่มทดลอง 1 กลุ่มทดลอง 2 และกลุ่มควบคุม ก่อนและหลังการใช้หลักสูตรฝึกอบรม ดังตารางที่ 2-4

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ระหว่างกลุ่มทดลอง 1 กลุ่มทดลอง 2 และกลุ่มควบคุม ก่อนการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรม

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	3.81	2	1.90	0.16
ภายในกลุ่ม	940.99	80	11.76	
รวม	944.80			

จากตารางที่ 2 ครูเข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ระหว่างกลุ่มทดลอง 1 กลุ่มทดลอง 2 และกลุ่มควบคุม ก่อนการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมไม่แตกต่างกันแสดงให้เห็นว่ากลุ่มทดลองทั้ง 3 กลุ่ม มีพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานไม่แตกต่างกัน เมื่อทำการเปรียบเทียบความรู้หลังการทดลองใช้หลักสูตรโดยใช้คะแนนหลังจากการทดลอง (Posttest Score)

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ระหว่างกลุ่มทดลอง 1 กลุ่มทดลอง 2 และกลุ่มควบคุม หลังการใช้หลักสูตรฝึกอบรม

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F
ระหว่างกลุ่ม	954.33	2	477.16	58.76**
ภายในกลุ่ม	650.88	80	8.12	
รวม	1604.41			

(** = $P < .01$)

จากตารางที่ 3 พบว่า ครูมีความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ระหว่างกลุ่มทดลอง 1 กลุ่มทดลอง 2 และกลุ่มควบคุม หลังการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาครูโดยใช้หลักสูตรฝึกอบรมส่งผลต่อความรู้ของครูผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้จริง เมื่อทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมกับความรู้ของครูโดยใช้การวิเคราะห์อัตราส่วนความสัมพันธ์ (η) ปรากฏว่าได้ค่า $\eta = 0.77$ ($\eta^2 = 0.59$) แสดงให้เห็นว่าการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น สามารถอธิบายความรู้ของครูเกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ได้ร้อยละ 59 (อธิบายในรูปของความแปรปรวน)

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้านความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ระหว่างกลุ่มทดลอง 1 กลุ่มทดลอง 2 และกลุ่มควบคุม

ค่าเฉลี่ย	$\bar{X}_3$	$\bar{X}_2$	$\bar{X}_1$
	17.60	19.96	25.64
$\bar{X}_3$	-	2.36**	8.04**
$\bar{X}_2$		-	5.68**
$\bar{X}_1$			-
$S_{.01}$		2.34	2.34
			2.34

(** = $P < 0.01$)

จากตารางที่ 4 พบว่า ค่าเฉลี่ยของครูกลุ่มทดลองทุกคู่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ กลุ่มทดลอง 1 ($\bar{X}_1$) แตกต่างจากกลุ่มทดลอง 2 ($\bar{X}_2$) กลุ่มทดลอง 1 ($\bar{X}_1$) แตกต่างจากกลุ่มควบคุม ($\bar{X}_3$) และกลุ่มทดลอง 2 ($\bar{X}_2$) แตกต่างจากกลุ่มควบคุม ($\bar{X}_3$) โดยกลุ่มทดลอง 1 มีค่าเฉลี่ยความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานสูงที่สุด รองลงมาคือกลุ่มทดลอง 2 และกลุ่มควบคุม ตามลำดับ

3. ผลการกำกับและติดตามผลการนำความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีไปใช้ปฏิบัติในสถานศึกษา พบว่าครูที่ผ่านการฝึกอบรมนำความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานไปใช้ปฏิบัติในสถานศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D.= 0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าครูมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เรื่องการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานร่วมกับเพื่อนครูที่สอนในระดับชั้นเดียวกัน ($\bar{X} = 4.13$, S.D.= 0.58) รองลงมาคือ ครูมีการกำหนดเป้าหมายตามมาตรฐานการเรียนรู้และตัวชี้วัดของหน่วยการเรียนรู้ทุกหน่วย ($\bar{X} = 4.12$, S.D.= 0.52) และอันดับสุดท้ายคือ ครูมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานร่วมกับเพื่อนครูต่างกลุ่มสาระการเรียนรู้ ($\bar{X} = 3.17$, S.D.= 0.67) แสดงให้เห็นว่าครูที่เข้ารับการฝึกอบรมนำความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานไปใช้ในสถานศึกษา

อภิปรายผล

1. การพัฒนาและหาประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เนื้อหาสาระของหลักสูตรฝึกอบรม ที่นำไปใช้ในการพัฒนาครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ซึ่งเนื้อหาสาระในหน่วยการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น จำนวน 5 หน่วย ในแต่ละหน่วยการเรียนรู้มีองค์ประกอบดังนี้

- 1) สภาพปัญหาและความจำเป็น
- 2) หลักการและเหตุผล
- 3) จุดมุ่งหมายของหลักสูตร
- 4) หน่วยการเรียนรู้

ฝึกอบรม 5) กิจกรรมการฝึกอบรม 6) สื่อประกอบการฝึกอบรม และ 7) การวัดและประเมินผล ซึ่งการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤชงค์ บุญอภัย (2557: 103-116) ได้พบว่า 1) รูปแบบการพัฒนาครูผู้สอนกลุ่มสาระวิทยาศาสตร์โรงเรียนประถมศึกษา ได้แก่ (1) การกำหนดเป้าหมายร่วมกันของครู ผู้ปกครอง และผู้เกี่ยวข้อง (2) การกำหนดกิจกรรมพัฒนาครูผู้สอนวิทยาศาสตร์เป็นการกำหนดมาตรฐาน กำหนดศักยภาพสถานศึกษาและการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (3) การกำหนดหลักเกณฑ์การพัฒนาเป็นการพัฒนาทีมงานของครูการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ภายในและภายนอกโรงเรียน การพัฒนาวิชาชีพครูผู้สอน การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนและการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (4) การพัฒนาครูตามกระบวนการ PAOR 3 รอบ และ (5) การประเมินผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย 2) กระบวนการพัฒนากิจกรรมการพัฒนาและเกณฑ์การพัฒนาครูผู้สอนกลุ่มสาระวิทยาศาสตร์ โรงเรียนประถมศึกษา มี 5 กระบวนการคือ (1) การพัฒนาทีมงาน ได้แก่ การสร้างทีมงานนันทนาการ การออกกำลังกาย การดูแลซึ่งกันและกัน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การผลิตสื่อประเมินผ่านเกณฑ์การพัฒนา (2) การกำหนดแหล่งเรียนรู้ภายในและภายนอกโรงเรียน ได้แก่ การอบรมเชิงปฏิบัติการจัดทำหน่วยการเรียนรู้ จัดทำแผนการเรียนรู้ การใช้แหล่งเรียนรู้ ประเมินผ่านเกณฑ์การพัฒนา การพัฒนาวิชาชีพ ได้แก่ การอบรมปฐมนิเทศและทฤษฎีการสอน การใช้เทคโนโลยีวิทยาศาสตร์ จัดทำคู่มือการใช้อุปกรณ์และสื่อ และการผลิตสื่อการสอน ประเมินผ่านเกณฑ์การพัฒนา (4) การจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ได้แก่ การสังเกตการสอนในชั้นเรียน อบรมเทคนิคการสอน ประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนการเรียนรู้ ศึกษาดูงานการสอน ประเมินผ่านเกณฑ์การพัฒนา (5) การวิจัยเชิงปฏิบัติการ ได้แก่ ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แลกเปลี่ยนเรียนรู้การทำวิจัยในชั้นเรียน จัดทำโครงการวิจัยในชั้นเรียน และ การใช้เทคโนโลยีเสนอผลงานวิจัย ประเมินผ่านเกณฑ์การพัฒนา ส่วน สุระศักดิ์ เมาเพือก (2558: 13-36) ได้พบว่า 1) สมรรถนะครูวิทยาศาสตร์ในการจัดการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องวิทยาศาสตร์ของนักเรียนหลังการใช้การสะท้อนคิดสูงขึ้น 2) นักเรียนที่เรียนกับครูวิทยาศาสตร์กลุ่มตัวอย่างมีการรู้เรื่องวิทยาศาสตร์สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

2. การนำหลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ไปทดลองใช้เพื่อศึกษาประสิทธิผลที่ได้จากการทดลอง ใช้หลักสูตรฝึกอบรมจะทำให้ทราบถึงผลการทดลองที่ชัดเจน ซึ่งในการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานในครั้งนี้ จะทำให้ทราบถึงผลที่เกิดขึ้นจากการใช้หลักสูตรฝึกอบรมกับครูผู้เข้ารับการฝึกอบรมในด้านความรู้ ด้านทักษะการฝึกปฏิบัติ ด้านความคิดสร้างสรรค์ และด้านเจตคติ ของครูผู้เข้ารับการฝึกอบรมระหว่างกลุ่มทดลอง 1 กลุ่มทดลอง 2 และกลุ่มควบคุม ก่อนการทดลองใช้และหลังการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรม มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะหลักสูตรฝึกอบรมที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีเนื้อหาสาระของกิจกรรมสอดคล้องกับความต้องการของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และ

เทคโนโลยี มีกระบวนการและขั้นตอนการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมอย่างเป็นระบบ มีส่วนประกอบต่างๆ ในหลักสูตรฝึกอบรมจัดเรียง ไว้ตามลำดับ มีแนวทางในการฝึกอบรม มีจุดประสงค์การฝึกอบรมในแต่ละหน่วยการฝึกอบรม ทำให้ครู ผู้เข้ารับการฝึกอบรมทราบว่าเมื่อเข้ารับการฝึกอบรมแต่ละหน่วยการฝึกอบรมครบทุกหน่วยแล้ว ครูผู้เข้ารับการฝึกอบรมจะต้องได้รับความรู้อะไรบ้าง และจะได้รับการฝึกทักษะอะไรบ้าง ประกอบกับการจัดลำดับเนื้อหา กิจกรรมการฝึกอบรมจะมีตัวอย่างให้ครูผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้ศึกษาและฝึกปฏิบัติ และมีการสรุปเนื้อหาที่สำคัญของแต่ละหน่วยการฝึกอบรมไว้ จึงส่งผลให้ครูผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ และมีทักษะการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติวิสุทธิ วิมุติปัญญา (2562: 53-64) ที่พบว่า ความคิดเห็นที่มีต่อแนวคิดการพัฒนาครูวิทยาศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืนในภาพรวมอยู่ที่ระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความรู้ความเข้าใจอยู่ที่ระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์อยู่ที่ระดับมากที่สุด และด้านนวัตกรรมอยู่ที่ระดับมากที่สุด โดยศักยภาพของครูวิทยาศาสตร์ของการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ต้องสามารถนำความรู้ความเข้าใจทางวิทยาศาสตร์บูรณาการเข้ากับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยการบ่มเพาะผู้เรียนใหม่ ส่วนทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ในการสร้างสรรค์นวัตกรรมแห่งเทคโนโลยีจากการใช้ทรัพยากรการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นและใช้ประโยชน์ร่วมกันอย่างเห็นคุณค่าและมีความหมาย ส่วนศุภลักษณ์ แป้นเพชร (2558: 90-108) ได้พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์เป็นอย่างดี พบว่า มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานเรียงลำดับค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานจากมากไปน้อย ดังนี้ 1) ด้านคุณลักษณะของความเป็นครู 2) ด้านเจตคติทางวิทยาศาสตร์ และ3) ด้านความรู้และด้านปฏิบัติการสอน นอกจากนี้ ชะรอยวรรณ ประเสริฐผล (2556: 43-53) ได้พบว่า 1) ผลการศึกษาสมรรถนะและแนวทางการพัฒนาสมรรถนะด้านการจัดการเรียนรู้ของครูใหม่โรงเรียนเอกชนประเภทสามัญศึกษา ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ 2) ผลการสร้างรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะด้านการจัดการเรียนรู้ของครูใหม่โรงเรียนเอกชนประเภทสามัญศึกษา พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันว่ารูปแบบการพัฒนาสมรรถนะด้านการจัดการเรียนรู้ของครูใหม่โรงเรียนเอกชน ประเภทสามัญศึกษา ในภาพรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะด้านการจัดการเรียนรู้ของครูใหม่โรงเรียนเอกชนประเภทสามัญศึกษา ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ และ3) ผลการประเมินรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะด้านการจัดการเรียนรู้ของครูใหม่โรงเรียนเอกชนประเภทสามัญศึกษา พบว่า ผลการประเมินด้านความเป็นไปได้ของรูปแบบการพัฒนาสมรรถนะด้านการจัดการเรียนรู้ของครูใหม่โรงเรียนเอกชน ประเภทสามัญศึกษา โดยภาพรวมมีความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก

3. หลังจากการทดลองใช้หลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีไปแล้ว การกำกับและติดตามผลการนำความรู้และทักษะการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้

วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีไปใช้ปฏิบัติในสถานศึกษา ซึ่งจะชี้ให้เห็นว่าครูที่ผ่านการฝึกอบรมสามารถนำความรู้และทักษะการฝึกปฏิบัติการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานไปใช้ปฏิบัติในสถานศึกษาได้จริงหรือไม่นั้น สามารถตรวจสอบได้จากการกำกับและติดตามผลหลังการฝึกอบรมเสร็จสิ้นไปแล้ว ว่าผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้และทักษะการปฏิบัติที่คงทนหรือไม่ ดังนั้นตัวบ่งชี้ที่จะชี้ให้เห็นถึงประสิทธิภาพของหลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐานที่พัฒนาขึ้นได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้นี้ยังทำให้ทราบถึงผลที่เกิดขึ้นกับผู้เข้ารับการฝึกอบรมและสมรรถนะของครูกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีด้านอื่นๆ อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรศักดิ์ เมาเทือก (2561: 77-90) ได้พบว่า องค์ประกอบและตัวบ่งชี้สมรรถนะครูวิทยาศาสตร์ในการจัดการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องวิทยาศาสตร์ของนักเรียนประกอบด้วย 39 ตัวบ่งชี้ สามารถจัดเข้าองค์ประกอบได้ 5 องค์ประกอบ และแนวทางการพัฒนาสมรรถนะประกอบด้วย การชี้แนะและให้คำปรึกษา วิธีการติดตาม ได้แก่ การสังเกตการณ์สอน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน การสะท้อนคิด วิธีวัดและประเมินสมรรถนะ ได้แก่ การประเมินตนเอง การประเมินจากเพื่อนครู ผู้เชี่ยวชาญ และผู้บริหาร และประเมินการเรียนรู้เรื่องวิทยาศาสตร์ที่เกิดขึ้นกับนักเรียน ส่วน ลือชา ลดาชาติ (2560: 89-108) ได้ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับกรณีศึกษาครูวิทยาศาสตร์ที่จัดกิจกรรมการสืบเสาะหลังจากการอบรมเชิงปฏิบัติการ: ข้อค้นพบจากโครงการคู่มือพัฒนาครูการอบรมเชิงปฏิบัติการเป็นกิจกรรมหลักในการพัฒนาวิชาชีพครูในประเทศไทยมาเป็นเวลานาน อย่างไรก็ตาม การจัดการอบรมหลายครั้งมักเกิดขึ้นโดยปราศจากการติดตามผลที่เกิดขึ้นต่อการปฏิบัติการสอนของครู ซึ่งส่งผลให้ครูไม่เปลี่ยนแปลงการปฏิบัติการสอน งานวิจัยด้านการพัฒนาวิชาชีพครูจึงเสนอใหม่ การติดตาม สนับสนุน และให้ข้อมูลย้อนกลับแก่ครูภายหลังการอบรมโครงการคู่มือพัฒนาครูเป็นกิจกรรมการพัฒนาวิชาชีพครูที่เน้นกลไกการสนับสนุนครูภายหลังการอบรมในรูปแบบของการโค้ชชิ่ง กรณีศึกษานี้เป็นส่วนหนึ่งในโครงการคู่มือพัฒนาครูซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อติดตามว่าครูวิทยาศาสตร์ 6 คน จัดการเรียนการสอนอย่างไรภายหลังการ อบรมเกี่ยวกับกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยการสืบเสาะทางวิทยาศาสตร์ ข้อมูลคือบันทึกการจัดการเรียนการสอนของครูแต่ละคน ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยการเปรียบเทียบการจัดกิจกรรมของครูกับกิจกรรมที่ครูมีส่วนร่วมในระหว่างการอบรม กรณีศึกษานี้เปิดเผยว่าแม้ครูทุกคนได้รับการอบรมเหมือนกันและพร้อมกันครูแต่ละคนมีการนำแนวทางจากการอบรมไปใช้ในรูปแบบที่แตกต่างกัน งานวิจัยนี้เสนอแนะว่าครูแต่ละคนต้องการการสนับสนุนในลักษณะที่ต่างกัน งานวิจัยในอนาคตจึงควรมุ่งศึกษารูปแบบการโค้ชชิ่งที่เหมาะสมกับครูแต่ละคน นอกจากนี้ รสริน พันธุ (2562: 133-144) ได้พบว่า 1) ผลการศึกษาและวิเคราะห์กระบวนการพัฒนาครูสะเต็มศึกษา มีการขับเคลื่อน 3 ระดับ คือ ระดับที่ 1 สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ระดับที่ 2 ศูนย์สะเต็มศึกษาภาค มหาวิทยาลัยพี่เลี้ยง และมหาวิทยาลัยเครือข่ายของ สสวท. และระดับที่ 3 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและสถานศึกษา ปัญหาที่พบ คือ

ครูสะเต็มศึกษาไม่สามารถสร้างแผนกิจกรรมการเรียนรู้สะเต็มศึกษาที่สอดคล้องกับสาขาวิชา บริบท และตอบสนองต่อศักยภาพของนักเรียนในสถานศึกษาของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา เชียงใหม่ เขต 2 และ2) ผลการพัฒนารูปแบบและคู่มือการพัฒนาผู้นำครูสะเต็มศึกษาสำหรับ สถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2 ได้รูปแบบ คือ Leader Teacher STEM Model: LT STEM Model และคู่มือการพัฒนาผู้นำครูสะเต็มศึกษาให้ สามารถสร้างแผนกิจกรรมการเรียนรู้สะเต็มศึกษาที่สอดคล้องกับสาขาวิชา บริบท และตอบสนองต่อ ศักยภาพของนักเรียนสำหรับสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา เชียงใหม่ เขต 2 ที่มีผลการประเมินคุณภาพอยู่ในระดับคุณภาพมาก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 หลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้อิงมาตรฐาน มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่ตั้งไว้ ดังนั้นสถานศึกษาจึงควรนำไปพัฒนาบุคลากรโดยการ นำไปใช้กับครูผู้สอนในระดับอื่นๆ อย่างแพร่หลายต่อไป

1.2 ก่อนนำหลักสูตรไปใช้ควรมีการศึกษาองค์ประกอบต่างๆ ของหลักสูตรฝึกอบรม ให้เหมาะสมกับผู้เข้ารับการฝึกอบรม และบริบท เพื่อจะได้เข้าใจและเห็นภาพรวมของหลักสูตรอย่าง ชัดเจนอันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาหลักสูตรต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมความรู้เกี่ยวกับการออกแบบหน่วยการเรียนรู้ที่ พัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมอื่นๆ หรือครูผู้สอนกลุ่มสาระการเรียนรู้อื่นๆ

2.2 ควรมีการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมที่มีเนื้อหาเฉพาะเรื่อง เพราะจะทำให้ครูได้รับความรู้เฉพาะเรื่องที่ต้องการศึกษาและสอดคล้องกับความต้องการของครูที่มีความสนใจ

บรรณานุกรม

- จิตติวิสุทธิ วิมุตติปัญญา. (2562). แนวคิดการพัฒนาครุวิทยาศาสตร์เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่าง ยั่งยืน. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ (สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี), 14(1), 53-64.
- ชะรอยวรรณ ประเสริฐผล. (2556). รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะด้านการจัดการเรียนรู้ของครูใหม่ โรงเรียนเอกชนประเภทสามัญ. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, (15), 43-53.
- ทวีศักดิ์ จินดานุรักษ์. (2559). ครุวิทยาศาสตร์มืออาชีพ. วารสาร มสธ., 6(1), 159-173.

- ธนิภา วศินยานุวัฒน์. (2561). แนวโน้มปัจจุบันของการผลิตและพัฒนาครูวิทยาศาสตร์. **วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์**, 12(2), 82-104.
- นิคม ตั้งคะพิภพ. (2543). สถิติเพื่อการวิจัยทางการศึกษา: มโนทัศน์และการประยุกต์การวิเคราะห์ความแปรปรวน การวิเคราะห์ความแปรปรวนร่วม. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์.
- ภุชงค์ บุญอภัย. (2557). รูปแบบการพัฒนาครูสอนกลุ่มสาระวิทยาศาสตร์โรงเรียนประถมศึกษา: กรณีศึกษาโรงเรียนบ้านมะขาม (สาครมะขามราษฎร์) จังหวัดจันทบุรี. **วารสารการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา**, 8(1), 103-116.
- รสริน พันธุ์. (2562). รูปแบบการพัฒนาผู้นำครูสะเต็มศึกษาสำหรับสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2. **วารสารวิจัยและพัฒนาหลักสูตร**, 9(1), 133-144.
- ลือชา ลดาชาติ. (2560). กรณีศึกษาครูวิทยาศาสตร์ที่จัดกิจกรรมการสืบเสาะหลังจากการอบรมเชิงปฏิบัติการ: ข้อค้นพบจากโครงการคูปองพัฒนาครู. **วารสารศึกษาศาสตร์ มสธ.**, 10(2), 89-108.
- ศุภลักษณ์ แป้นเพชร. (2558). การวิเคราะห์องค์ประกอบสมรรถนะครูวิทยาศาสตร์ระดับมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 39, 41 และ 42. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม**, 9(1), 90-108.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579. กรุงเทพฯ: บริษัทพริกหวานกราฟิกจำกัด.
- สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา. (2562). แนวทางการดำเนินงานปฏิรูปการเรียนการสอนตามเจตนารมณ์กระทรวงศึกษาธิการ 2559 ปีแห่งการปฏิรูปการเรียนการสอน. กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ.
- สุระศักดิ์ เมาเทือก. (2558). การใช้การสะท้อนคิดเพื่อพัฒนาสมรรถนะครูวิทยาศาสตร์ในการจัดการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องวิทยาศาสตร์ของนักเรียน. **วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้**, 3(1), 13-36.
- สุระศักดิ์ เมาเทือก. (2561). มิติของการพัฒนาสมรรถนะครูวิทยาศาสตร์ในการจัดการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เรื่องวิทยาศาสตร์ของนักเรียน. **วารสารการวิจัยกาสะลองคำ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย**, 9(1), 77-90.

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา

The Development of a Training Course to Strengthen Leadership in THAILAND 4.0 for the Students Organization Committee in Nakhonratchasima College

บุญลือ มีเงิน¹ คงศักดิ์ สังฆมานนท์²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา 2) เพื่อศึกษาผลลัพธ์ของการใช้หลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ คณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา ปีการศึกษา 2562 จำนวน 33 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) หลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษา วิทยาลัยนครราชสีมา 2) แบบประเมินหลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษา วิทยาลัยนครราชสีมา 3)แบบทดสอบ (Test) ปรนัย 4 ตัวเลือก จำนวน 30 ข้อ 4) แบบสังเกต (Observation Form) พฤติกรรมผู้เข้ารับการฝึกอบรมในกิจกรรมการปฏิบัติเพื่อพัฒนา ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ผู้นำ 5) แบบสัมภาษณ์ (Interview) หลังการเข้าฝึกอบรม และ 6) แบบประเมินความพึงพอใจต่อการเข้าฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า

1. หลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา มีความเหมาะสมมากที่สุด
2. ผลลัพธ์ของการใช้หลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษา วิทยาลัยนครราชสีมาทั้ง 3 ด้านดังนี้ คือ 1) ด้านความรู้และความคิดพื้นฐานที่เกี่ยวกับภาวะผู้นำทั้ง 3 วงรอบมีระดับคะแนนหลังฝึกอบรมมากกว่าก่อนฝึกอบรม 2) ด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้ผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมาทั้ง 4 ข้อ คือ (1) การคิดอย่างมีวิจารณญาณและการคิดสร้างสรรค์(2)

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรการเรียนและการสอน คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา

² (ผศ.ดร.) อาจารย์ที่ปรึกษา คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา

การทำงานเป็นทีมสร้างสรรค์ (3) การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมาและ (4) การสื่อสารสร้างสรรค์ โดยการใช้แบบสังเกตทั้ง 3 วงรอบ อยู่ในระดับมาก และ3) ด้านความพึงพอใจต่อการเข้าฝึกอบรมอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : ฝึกอบรม, เสริมสร้าง, ผู้นำ 4.0

Abstract

The research purposes were: 1) to development of training courses on leadership enhancement in Thailand 4.0 era for the Nakhon Ratchasima College Student Organization Committee; 2) to study the results of the implementation of training courses on leadership enhancement in Thailand 4.0 era for the Nakhon Ratchasima College Student Organization Committee. The target group was the 33 members of the Nakhon Ratchasima College Student Organization Committee, academic year 2019. The research instruments were: 1) the training courses on leadership enhancement in Thailand 4.0 era for the Nakhon Ratchasima College Student Organization Committee; 2) the assessment form of training courses on leadership enhancement in Thailand 4.0 era for the Nakhon Ratchasima College Student Organization Committee; 3) the multiple choice test, 4 options, 30 questions; 4) the behavior observation form for trainees in practice activities for development the desirable characteristics of the leader; 5) the interview form for after attending the training; and 6) the assessment form on the satisfaction of training in leadership enhancement. The data analysis statistics were the mean and standard deviation.

The research findings were:

1. The training courses on leadership enhancement in Thailand 4.0 era of the Nakhon Ratchasima College Student Organization Committee was the most appropriate.

2. The implementation results of training courses on leadership enhancement in Thailand 4.0 era for the Nakhon Ratchasima College Student Organization Committee for three aspects were: 1) the knowledge and basic ideas about leadership in all 3 cycles had a higher score after training than before; 2) the aspects of the desirable characteristics of leaders in the era of Thailand 4.0 for the Nakhon Ratchasima College Student Organization Committee had four items were (1) the critical thinking and creative thinking, (2) the creative teamwork, (3) using technology and innovation

for the working development of the Nakhon Ratchasima College Student Organization, (4) the creative communication, by using the observation form, all 3 circles were at a high level; and 3) the satisfaction of the training was at a high level.

Keywords: Train, Strengthen, Leader 4.0

บทนำ

จากการศึกษาบริบทโดยการสัมภาษณ์รองอธิการบดีฝ่ายพัฒนาศักยภาพนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา รองศาสตราจารย์บัญชา วิทยอนันต์ เมื่อวันที่ 4 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562 สรุปได้ว่าปัญหาที่เกิดขึ้นกับทีมคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมาปี 2556 – 2561 ระยะเวลา 5 ปีย้อนหลัง มี 3 ข้อ คือ 1) เรื่องปัญหาการจัดการเวลาระหว่างการศึกษากับการทำงานขององค์กร 2) ขาดการสร้างเครือข่ายระหว่างนักศึกษา ต่างคณะและเครือข่ายคณะกรรมการองค์การนักศึกษาภายนอก 3) ยังขาดความคิดสร้างสรรค์ การบูรณาการณกิจกรรมในโครงการ การต่อยอดกิจกรรมและการพัฒนาควรพัฒนาตามกรอบการเรียนรู้ 5 ด้านของนักศึกษา (5 Domains of Learning) 1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม 2) ด้านความรู้ 3) ด้านทักษะทางปัญญา 4) ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบและ 5) ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (บัญชา วิทยอนันต์, 2562) และจากการสัมภาษณ์ผู้อำนวยการสำนักกิจการนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา อาจารย์สุภาพร ชินสมพล เมื่อวันที่ 4 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562 สรุปได้ว่า นักศึกษาที่เป็นคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา ปี 2556 – 2561 ระยะเวลา 5 ปีย้อนหลัง นั้นต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่อง เพื่อความก้าวหน้าของตนเองและองค์กร สมาชิกในทีมมีความสุขในการทำงาน เปิดวิสัยทัศน์ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์การต่างๆ ประเมินตนเองว่าศักยภาพของตนเองเหมาะกับบทบาทหน้าที่ใดในองค์การนักศึกษา และปัญหาขององค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา ปีการศึกษา 2561 คือ คณะกรรมการองค์การนักศึกษายังไม่กล้าคิด กล้าทำ กล้าตัดสินใจ ขาดจินตนาการ การคิดนอกกรอบ ไม่สามารถดำเนินงานหรือกิจกรรมได้และไม่กล้าตัดสินใจ สุดท้ายควรจัดทำหลักสูตรเพื่อให้คณะกรรมการองค์การนักศึกษารู้จักตัวตน สามารถค้นหาศักยภาพที่ตนเองมีอยู่ และใช้ความรู้ความสามารถ พัฒนาวิทยาลัยนครราชสีมาต่อไป เพราะเชื่อว่าทุกคนมีศักยภาพและความสามารถทุกคน (สุภาพร ชินสมพล, 2562) จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่สำนักกิจการนักศึกษา เมื่อวันที่ 4 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562 สรุปได้ว่า ทีมคณะกรรมการองค์การนักศึกษา ปี 2556 – 2561 ระยะเวลา 5 ปีย้อนหลัง ยังขาดความเสียสละ ส่วนใหญ่ก็จะมีนักศึกษากลุ่มเดิมที่มาทำงาน มีพฤติกรรมที่ยังไม่เหมาะสมของการใช้เทคโนโลยีเช่นการโพสต์ผ่านFacebook ขาดความรับผิดชอบและไม่ตรงต่อเวลา จึงอยากให้มีการค้นหาตัวเองและฝึกทักษะด้านการเป็นผู้นำเพื่อความเข้มแข็งของ

ทิม (สุจิตรา ศุภหัตถี, 2562) จากการเก็บข้อมูลโดยการประชุมกลุ่มย่อยของทีมนักศึกษาคณะการศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ปีการศึกษา 2561 สรุปได้ว่าภาวะผู้นำที่ทีมนักศึกษายังต้องการพัฒนาเพิ่มขึ้นนั้น คือ 1) ทักษะในการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการทำงาน 2) การจัดทำหนังสือประสานงานต่างๆ การเขียนโครงการและ 3) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ เช่น ความมีวินัย ความมีจิตอาสา ตรงต่อเวลา ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ เป็นต้น

สรุปผลการศึกษารับทบทวนของคณะกรรมการองค์การนักศึกษาตั้งแต่ปี 2558 – 2562 เป็นเวลา 5 ปีย้อนหลัง กล่าวได้ว่าปัญหาที่พบต้องได้รับการพัฒนาแก้ไขโดยเร็ว ดังนั้นผู้วิจัยซึ่งเป็นผู้ที่รับผิดชอบโดยตรงในการพัฒนาคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา จึงสนใจมาต่อการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา โดยมุ่งเน้นให้กลุ่มเป้าหมายมีภาวะผู้นำที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกปัจจุบัน สามารถใช้ความรู้และทักษะที่ได้รับจากหลักสูตรฝึกอบรมมาสร้างสรรค์และบูรณาการการทำงานของคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมาได้อย่างมีความสุขและเกิดประสิทธิผลอย่างยั่งยืนสืบไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาผลลัพธ์ของการใช้หลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา

ขอบเขตของปัญหา

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

คณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา ปีการศึกษา 2562 จำนวน 33 คน

เนื้อหา

เนื้อหาสาระที่จะนำมาใช้พัฒนาเป็นหลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา ได้แก่

- 1) ความรู้และความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับภาวะผู้นำ (จำนวน 6 ชั่วโมง) ดังนี้
 - 1.1) ความหมายของบทบาทหน้าที่และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้นำ
 - 1.2) สภาพปัญหาของภาวะผู้นำในคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา และแนวทางการแก้ไข

- 2) คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา (จำนวน 12 ชั่วโมง) ดังนี้ 1) การคิดอย่างมีวิจารณญาณและการคิด

สร้างสรรค์ 2) การทำงานเป็นทีมสร้างสรรค์ 3) การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาการ และ 4) การสื่อสารสร้างสรรค์

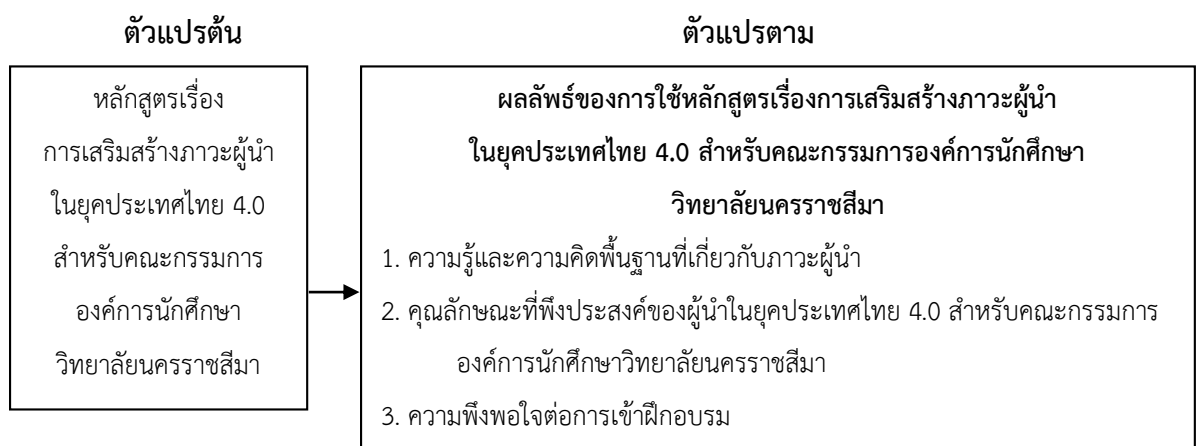
ตัวแปรที่ศึกษา

1) ตัวแปรต้น ได้แก่ หลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา

2) ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลลัพธ์ของการใช้หลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา ประกอบไปด้วย ความรู้และความคิดพื้นฐานที่เกี่ยวกับภาวะผู้นำ คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา และ ความพึงพอใจต่อประโยชน์ทางการเรียนรู้ในแง่ความรู้และทักษะที่ได้รับจากการฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการศึกษาวรรณกรรมและการเก็บข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยได้กรอบแนวคิดในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมาและได้กำหนดกรอบแนวคิดในการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมขึ้น ดังภาพประกอบที่ 2.1



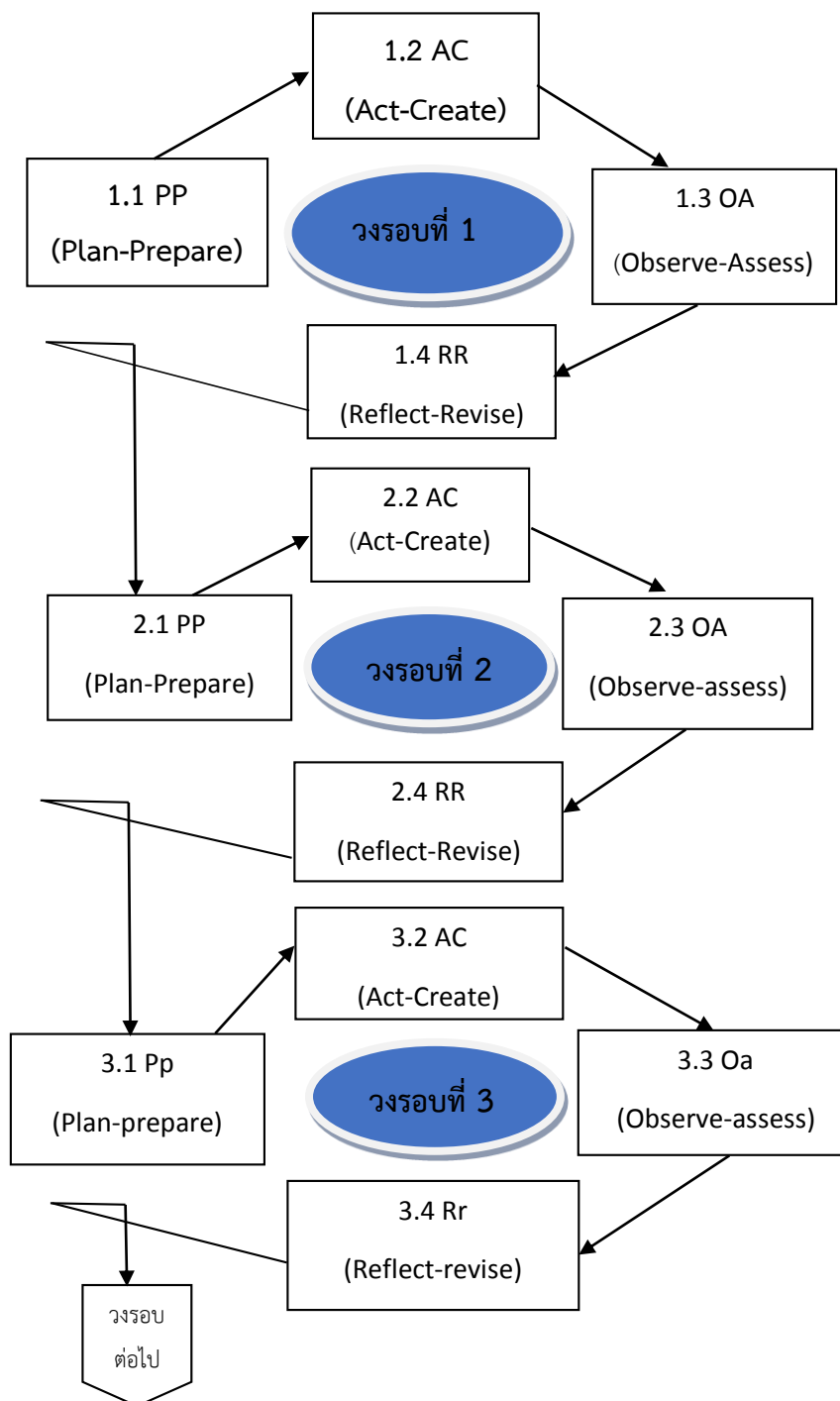
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา ผู้วิจัยขอเสนอวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

กระบวนการพัฒนาหลักสูตรฯ

กระบวนการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา ใช้รูปแบบการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมสร้างสรรค์ของ เคเอส (KS-Creative Training Course Model) (คงศักดิ์ สัมมานนท์, 2563) ดังภาพประกอบที่ 3.1 ต่อไปนี้



ภาพที่ 2 กระบวนการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม

กลุ่มเป้าหมาย

คณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา ปีการศึกษา 2562 จำนวน 33 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ หลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา จำนวน 1 ชุด ประกอบด้วย 1) ความรู้และความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับภาวะผู้นำ 2) กิจกรรมการปฏิบัติเพื่อพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา

สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา ผู้วิจัยสรุปได้ดังนี้

1. หลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา จากผลการประเมินความเหมาะสมของหลักสูตรฝึกอบรมฯ จากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่านพบว่าความเหมาะสมของหลักสูตรอยู่ในระดับ มากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.83 และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.17

2. ผลลัพธ์ของการใช้หลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษา วิทยาลัยนครราชสีมาทั้ง 3 ด้านดังนี้ คือ

1) ในด้านความรู้และความคิดพื้นฐานเกี่ยวกับภาวะผู้นำทั้ง 3 วงรอบ มีระดับคะแนนหลังฝึกอบรมมากกว่าก่อนฝึกอบรม ผลคะแนนก่อนและหลังการอบรมกิจกรรม พบว่าคะแนนเฉลี่ยหลังการอบรมในวงรอบที่ 1 มากกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนอบรม 1.84 คะแนนคะแนนเฉลี่ยหลังการอบรมในวงรอบที่ 2 มากกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนอบรม 4.85 คะแนนคะแนนเฉลี่ยหลังการอบรมในวงรอบที่ 3 มากกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนอบรม 8.00 คะแนน

2) ในด้านคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมาทั้ง 4 ข้อ คือ (1) การคิดอย่างมีวิจารณญาณและการคิดสร้างสรรค์ (2) การทำงานเป็นทีมสร้างสรรค์ (3) การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนางานองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมาและ (4) การสื่อสารสร้างสรรค์ ผลการสังเกตพฤติกรรมในการเข้าร่วมกิจกรรมพบว่าการเข้าร่วมกิจกรรมวงรอบที่ 1 อยู่ในระดับ มาก ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ย 4.21 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.18 การเข้าร่วมกิจกรรมวงรอบที่ 2 อยู่ในระดับ มาก ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ย 4.32 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.09 การเข้าร่วมกิจกรรมวงรอบที่ 3 อยู่ในระดับ มาก ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ย 4.48 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.12 3) ในด้านความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมพบว่า ความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมในวงรอบที่ 1 อยู่ในระดับ มาก ซึ่งมีคะแนน

เฉลี่ย 4.20 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.42 ความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมในวงรอบที่ 2 อยู่ในระดับ มาก ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ย 4.37 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 ความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่มที่ 3 อยู่ในระดับ มาก ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ย 4.44 และมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.41

อภิปรายผล

การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา ผู้วิจัยอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่ทำให้หลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา มีคุณภาพเหมาะสมมากที่สุด อันเนื่องมาจากผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสารต่างๆ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศึกษาบริบทของวิทยาลัยนครราชสีมาและศึกษาประเด็นปัญหา ความต้องการของคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมาทั้งอดีตและปัจจุบัน

2. ปัจจัยที่ทำให้หลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา มีคุณภาพเหมาะสมมากที่สุด คือ อาจารย์ที่ปรึกษา ที่คอยชี้แนะแนวทางในทุกขั้นตอนของการทำวิจัย ซึ่งท่านเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมและสนับสนุนทั้งด้านประสบการณ์ ความรู้ สื่อ เครื่องมือและอื่นๆ อีกมากมาย

3. ในการวิจัยการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมาไม่สอดคล้องกับงานวิจัยใดๆทั้งสิ้น เพราะยังไม่มีใครที่ทำวิจัยเรื่องนี้มาก่อน

4. การประเมินความเหมาะสมของโครงสร้างหลักสูตรพบว่าความเหมาะสมของหลักสูตรอยู่ในระดับ มากที่สุด ซึ่งมีความคล้ายกับงานวิจัยของ คุณาพร วรรณศิลป์, สมปอง ศรีภักถยา และภูษิต บุญทองเถิง (2562) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมครูด้วยรูปแบบผสมผสานเรื่องการทำวิจัยในชั้นเรียน พบว่า หลักสูตรอบรมครูด้วยรูปแบบผสมผสานเรื่องการทำวิจัยในชั้นเรียน ประกอบด้วยหลักการวัตถุประสงค์เนื้อหาหลักสูตรฝึกอบรมการจัดกิจกรรมฝึกอบรมสื่อการเรียนรู้ การวัดและประเมินผลการจัดกิจกรรมการฝึกอบรมเป็นแบบผสมผสานโดยใช้แบบเผชิญหน้าในขณะปฏิบัติงานสอนปกติผ่านระบบบนเว็บไซต์ออนไลน์และการติดต่อสื่อสารมีการฝึกอบรมเป็น 3 ระยะ ดังนี้การฝึกอบรมระยะที่ 1 ใช้เวลา 2 วัน เป็นการอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้เนื้อหาการทำวิจัยในชั้นเรียนโดยวิทยากรการฝึกอบรมระยะที่ 2 ใช้เวลาตลอดปีการศึกษาเป็นการปฏิบัติการทำวิจัยในชั้นเรียนในสถานศึกษามีการนิเทศให้คำปรึกษาเรียนรู้เนื้อหาผ่านทางเว็บไซต์ออนไลน์และการติดต่อสื่อสารและการฝึกอบรมระยะที่ 3 ใช้เวลา 1 วันเป็นการนำเสนอผลงานวิจัยโดยการจัดนิทรรศการเผยแพร่ผลงานหลักสูตรฝึกอบรมครูด้วยรูปแบบผสมผสานเรื่องการทำวิจัยในชั้นเรียนมี

คุณภาพเหมาะสมดีมากทุกองค์ประกอบและในภาพรวมมีความเหมาะสมมากที่สุด มีผลการใช้หลักสูตรความพึงพอใจของครูที่มีต่อการอบรมหลักสูตรฝึกอบรมครูด้วยรูปแบบผสมผสานเรื่องการทำวิจัยในชั้นเรียนโดยภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความคล้ายกับงานวิจัยของอรุณรุ่ง โยธสิงห์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมตามแนวทางการเรียนรู้แบบผสมผสานเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะด้านการประเมินที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูผู้สอนระดับประถมศึกษา ผลการวิจัยสรุปได้ว่าหลักสูตรฝึกอบรม ประเมินสมรรถนะด้านทักษะอยู่ในระดับดีและความพึงพอใจของครูผู้สอนอยู่ในระดับมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ผู้ที่สนใจจะนำหลักสูตรฝึกอบรม เรื่อง การเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมาไปใช้ ควรปรับให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของผู้วิจัย โดยการศึกษาบริบทและความต้องการของผู้นำแต่ละพื้นที่ประกอบ เพื่อง่ายต่อการพัฒนาหลักสูตรหรือโปรแกรมการอบรมด้วย

2) ผู้ที่สนใจจะนำหลักสูตรฝึกอบรม เรื่อง การเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมาไปใช้ ควรใช้หลักสูตรกับกลุ่มเป้าหมายที่มีภาวะผู้นำอยู่แล้ว เพราะหลักสูตรนี้เป็นหลักสูตรที่เสริมสร้างภาวะผู้นำ จึงไม่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่ไม่มีทักษะหรือภาวะผู้นำเลย

3) เนื่องจากหลักสูตรฝึกอบรม เรื่อง การเสริมสร้างภาวะผู้นำในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา เป็นหลักสูตรการฝึกอบรมที่มีระยะสั้น จึงสามารถประเมินความรู้และเจตคติของผู้เข้ารับการอบรมได้จากแบบทดสอบ แต่การประเมินทักษะจากการฝึกอบรมในเวลาจำกัด ทำให้ไม่สามารถเห็นทักษะบางประการอย่างเด่นชัดขณะฝึกอบรม จึงควรปรับระยะเวลาและติดตามผลการฝึกอบรม เพื่อข้อมูลที่จะนำไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาวิจัยต่อไป

1) ผู้สนใจจะศึกษาวิจัยต่อ ต้องมีการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรม เรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำ สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษา ควรศึกษาวิจัยในคุณลักษณะด้านอื่นๆ ได้แก่ (1) ด้านจินตนาการในการทำงาน (2) ความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ของตนเอง (3) ความตรงต่อเวลา และ(4) การเห็นคุณค่าในตัวเองและผู้อื่น เพราะว่าการวิจัยครั้งนี้ยังไม่ได้ศึกษาตัวแปรนี้

2) ผู้ที่สนใจจะศึกษาวิจัยต่อ ควรกำหนดสภาพแวดล้อมในการฝึกอบรมให้เหมาะสม เพราะว่ามี ส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ก็เกิดจากสภาพแวดล้อมใหม่ๆ ด้วยเช่นกัน

3) ผู้ที่สนใจจะศึกษาวิจัยต่อไป ควรมีผู้ช่วยวิจัยเพื่อเอื้ออำนวยต่อกระบวนการต่างๆ ที่เป็นหลักสูตรพัฒนาการฝึกอบรมเรื่องการเสริมสร้างภาวะผู้นำ ในยุคประเทศไทย 4.0 สำหรับคณะกรรมการองค์การนักศึกษา เพราะการจัดอบรมนั้นมียอดงบประมาณหลายอย่างจึงต้องมีผู้ช่วย

บรรณานุกรม

- คงศักดิ์ สังฆมานนท์. (2563). รูปแบบการพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมสร้างสรรค์ของเคเอส (KS-Creative Training Course Model). เอกสารประกอบคำบรรยายรายวิชา MED62210. นครราชสีมา : วิทยาลัยนครราชสีมา.
- คุณาพร วรรณศิลป์, สมปอง ศรีกัลยา และภูษิต บุญทองเถิง. (2562). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมครูด้วยรูปแบบผสมผสานเรื่องการทำวิจัยในชั้นเรียน. ปรินญาครุศาสตร์ดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการเรียนการสอน คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- บัญชา วิทยอนันต์. (2562). ความเห็นต่อสภาพปัญหาในคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา การสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 4 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562 ณ วิทยาลัยนครราชสีมา โดย บุญลือ มีเงิน.
- สุจิตรา สุภหัตถ์. (2562). ความเห็นต่อสภาพปัญหาในคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา การสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 4 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562 ณ วิทยาลัยนครราชสีมา โดย บุญลือ มีเงิน.
- สุภาพร ชินสมพล. (2562). ความเห็นต่อสภาพปัญหาในคณะกรรมการองค์การนักศึกษาวิทยาลัยนครราชสีมา การสัมภาษณ์เมื่อวันที่ 4 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562 ณ วิทยาลัยนครราชสีมา โดย บุญลือ มีเงิน.
- อรุณรุ่ง โยธสิงห์. (2559). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมตามแนวคิดการเรียนรู้แบบผสมผสานเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะด้านการประเมินที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูผู้สอนระดับประถมศึกษา. ปรินญาครุศึกษบัณฑิต สาขาวิชาวิจัยหลักสูตรและการสอน คณะครุศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

การพัฒนาตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21

Indications Development of Instructional Science Management Skill for Teachers in 21st Century

ปวีณา คงสี¹ ชำนาญ ปาณาวงษ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ครูวิทยาศาสตร์สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 38 จำนวน 277 คน ซึ่งได้จากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ นำผลที่ได้มาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองด้วยโปรแกรม Mplus

ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบและทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 มีองค์ประกอบทั้งสิ้น 4 องค์ประกอบ 21 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ 1) องค์ประกอบทักษะการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ประกอบด้วย 6 ตัวบ่งชี้ 2) องค์ประกอบทักษะการออกแบบและจัดกิจกรรมการเรียนรู้บูรณาการทักษะในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 7 ตัวบ่งชี้ 3) องค์ประกอบทักษะการใช้สื่อ นวัตกรรมการเรียนการสอน ประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้ และ 4) องค์ประกอบทักษะการวัดประเมินผลการเรียนรู้ประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้ โดยตัวบ่งชี้ทั้ง 21 ตัวบ่งชี้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และโมเดลองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 ที่พัฒนาขึ้นนั้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2 = 175.675$, $df = 148$, $\chi^2/df = 1.187$, $p = 0.0598$, $CFI = 0.995$, $TLI = 0.993$, $RMSEA = 0.026$, $SRMR = 0.027$)

คำสำคัญ: การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน, ตัวบ่งชี้, การจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ในศตวรรษที่ 21

Abstract

The purpose of this study was the indication development of instructional science management skill for teachers in 21st century. The samples of this research were 277 science teachers in Secondary Educational Service Area Office 38 which were

¹ นิสิตปริญญาโท สาขาวิจัยและประเมินผลการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

E-mail: krubeepaweena@gmail.com

² (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.) ภาควิชาการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์

selected by multi-stage random sampling. The research instrument consisted of a questionnaire about instructional science management skill for teachers in 21st century which was 5 level rating scales. It consisted of data analysis by second confirmatory factory analysis by using Mplus program.

The research of instructional science management skill for teachers in 21st century finding found that there were 4 factors and 21 indicators as the following 1) child center learning skill has 6 indicators, 2) design skill and integrated learning in 21st century had 7 indicators 3) using instructional media skill and innovation had 4 indicators, 4) evaluation skill had 4 indicators and statistically significant at the .01 level for all indicators. The factor model and skill indicators that develop by the researcher was agreeable with empirical data. ($\chi^2 = 175.675$, $df = 148$, $\chi^2/df = 1.187$, $p = 0.0598$, $CFI = 0.995$, $TLI = 0.993$, $RMSEA = 0.026$, $SRMR = 0.027$)

Keyword: confirmatory factor analysis, Indicators, teaching science in 21st century

บทนำ

เมื่อประเทศไทยเข้าสู่ศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นช่วงเวลาในโลกที่มีการขยายตัวทางเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมสูงสุด ซึ่งนำความเปลี่ยนแปลงมาสู่การเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมทั่วโลกทำให้มนุษย์กลายเป็นฐานทรัพยากรหลักของโลก การเตรียมทรัพยากรบุคคลจึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อให้รับมือการเปลี่ยนแปลงของโลก ดังนั้นการพัฒนาทางการศึกษาจึงเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งที่จะเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เหล่านี้ จุดเน้นและประเด็นพัฒนาหลักในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 12 ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา คือการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของคน มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะที่เหมาะสมในแต่ละช่วงวัยเพื่อวางรากฐานให้เป็นคนมีคุณภาพในอนาคต การพัฒนาทักษะสอดคล้องกับความต้องการในตลาดแรงงานและทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 การพัฒนาคุณภาพครูทั้งระบบรวมทั้งการยกระดับคุณภาพการศึกษาสู่ความเป็นเลิศในสาขาวิชาที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน นอกจากนี้ต้องให้ความสำคัญกับการสร้างปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ตลอดชีวิตทั้งสื่อการเรียนรู้และแหล่งเรียนรู้ที่หลากหลาย (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560)

ดังนั้น การจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานจะต้องสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม สภาพแวดล้อม และความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่เจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็วเพื่อพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคนของชาติให้สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ การให้การศึกษาสำหรับศตวรรษที่ 21 ต้องเปลี่ยนแปลงใหม่ วิจารย์ พานิช (2555) ได้กล่าวถึงครูต้องยึดหลัก “สอนน้อย เรียนมาก” การเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ต้อง “ก้าวข้ามสาระ

วิชา” ไปสู่การเรียนรู้ “ทักษะเพื่อการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ผู้เรียนต้องเรียนเองหรือพูดใหม่ว่าครูต้องไม่สอนแต่ต้องออกแบบการเรียนรู้และอำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ให้ผู้เรียนเรียนรู้จากการเรียนแบบลงมือทำแล้วการเรียนรู้ก็จะเกิดจากภายในใจและสมองของตนเอง” การเรียนรู้วิทยาศาสตร์เริ่มเปลี่ยนแปลงไปเป็นอย่างมากในช่วงต้นศตวรรษที่ 21 เนื่องด้วยบริบทของปัจจัยสนับสนุนการเรียนรู้เปลี่ยนแปลงสู่สังคมออนไลน์และโลกแห่งความรู้ที่ไร้พรมแดน ธรรมชาติการเรียนรู้ก็เปลี่ยนแปลงไปภายใต้เงื่อนไขของเวลาที่มีจำกัดมากขึ้นการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ในศตวรรษที่ 21 จึงเป็นการเรียนรู้เพื่อรู้อย่างเท่าทันการเปลี่ยนแปลง ปรับเปลี่ยนผู้เรียนให้รู้จักปรับตัวแสวงหาความรู้ด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ด้วยทักษะที่จำเป็นมากขึ้น (ประสาธน์เนืองเฉลิม, 2558) และการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ในปัจจุบันควรจัดการเรียนรู้โดยวิธีการที่หลากหลายเพื่อให้ผู้เรียนมีสมรรถนะสำคัญ คือนำความรู้เดิมจากประสบการณ์เดิมที่มีอยู่มาสร้างความรู้ใหม่ในบริบทที่แตกต่างกัน (สมเกียรติ พรพิสุทธิมาศ, 2556) ครูจึงจะต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการเรียน การสอน ตลอดจนการเตรียมความพร้อมด้านต่างๆ ที่เป็นปัจจัยสนับสนุนที่จะทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้

ด้วยเหตุผลและความสำคัญดังกล่าวการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ในศตวรรษที่ 21 จะต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่จะมาถึง ดังนั้นครูวิทยาศาสตร์ซึ่งเป็นบุคคลที่จะสนับสนุนทำให้การจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์สอดคล้องกับบริบทในศตวรรษที่ 21 นั้นเป็นไปอย่างมีมาตรฐาน ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่ศึกษาถึงทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 ซึ่งจะมีความสำคัญที่จะนำไปสู่การประเมินทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 ซึ่งจะยังเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษาในรายวิชาวิทยาศาสตร์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญและสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาตัวบ่งชี้การพัฒนาตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 ตัวบ่งชี้ที่พัฒนาขึ้นจากทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนหรือสร้างเกณฑ์ประเมินครูเพื่อการพัฒนาครูได้อย่างสอดคล้องกับสภาพปัจจุบันในศตวรรษที่ 21

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ในศตวรรษที่ 21 ของครูที่ทำการสอนในระดับมัธยมศึกษา
2. เพื่อวิเคราะห์โมเดลองค์ประกอบตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ในศตวรรษที่ 21 ของครูที่ทำการสอนในระดับมัธยมศึกษา

สมมติฐานการวิจัย

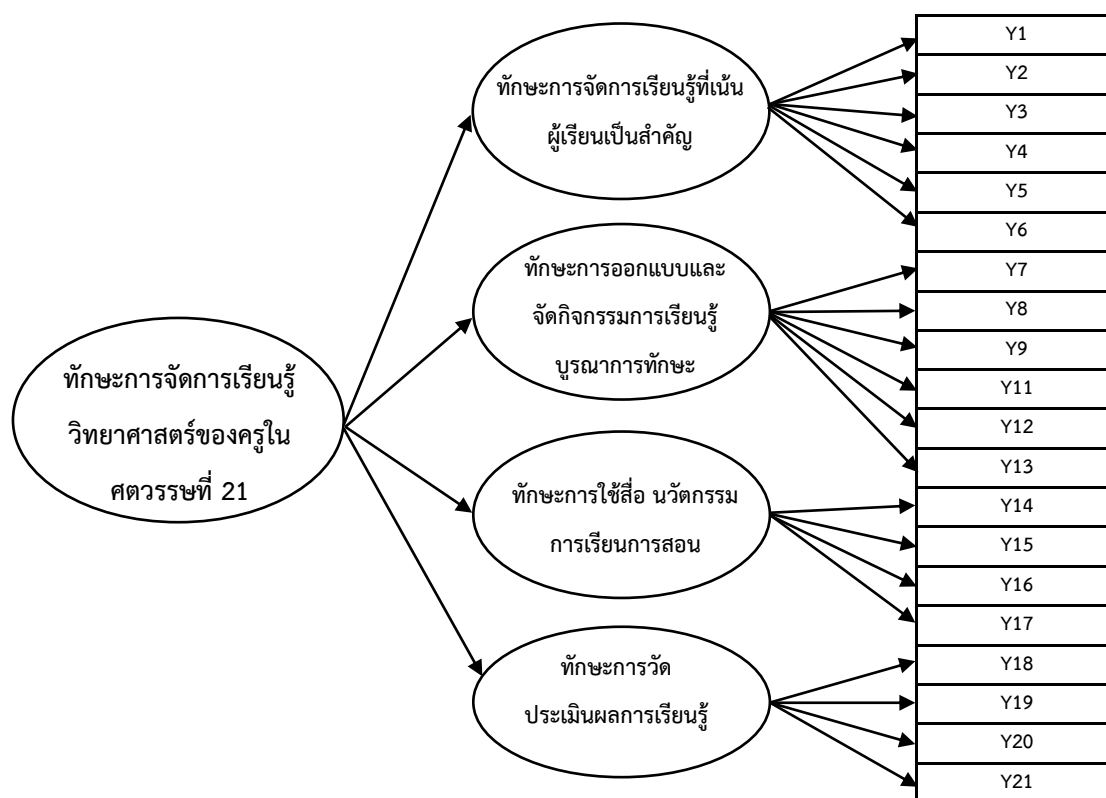
ตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 ที่พัฒนาขึ้นจาก ทฤษฎีเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ขอบเขตของปัญหา

- 1) ประชากร ได้แก่ ครูปฏิบัติการสอนกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 38
- 2) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูปฏิบัติการสอนกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 38 จำนวน 277 คน
- 3) ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัย เรื่องการพัฒนาตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยการศึกษาเอกสาร แนวคิด หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ตามนักวิชาการทางการศึกษา ได้แก่ James Bellanca and Ron Brandt (2554), สุพรรณิ ขาญประเสริฐ (2556), สมเกียรติ พรพิสุทธิมาศ (2556), Simmons (อ้างใน วิโรจน์ สารัตนะ, 2556), อนุอมพร เลหาจรัสแสง (อ้างใน ภาสกร เรืองรอง และคณะ, 2557) ปราณี อ่อนศรี (2558), ประสาท เนืองเฉลิม (2558), สุคนธ์ สินธพานนท์ (2558), พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์ และเพียว ยินดีสุข (2558) และ ทวีศักดิ์ จินดานุรักษ์ (2560) จากนั้นนำมาสังเคราะห์ห่อองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดโมเดลสมมติฐาน

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยการพัฒนาตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ในศตวรรษที่ 21 เป็นการวิจัยเชิงบรรยาย โดยแบ่งขั้นตอนการวิจัยออกเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การพัฒนาองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 จำนวน 1 ฉบับ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบประเมินความเหมาะสมขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21

การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 ได้ 4 องค์ประกอบ 21 ตัวบ่งชี้ นำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 6 ท่าน เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์ความเหมาะสมขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การคำนวณค่ามัธยฐาน และคำนวณค่าพิสัยระหว่างควอไทล์

ขั้นตอนที่ 2 การตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 38

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 38 จำนวน 277 คน กำหนดขนาดโดยใช้สัดส่วนจำนวนตัวแปรต่อจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็น 1 : 15 สุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multi-stage random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบประเมินทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 จำนวน 1 ฉบับ โดยมีขั้นตอนการหาคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1. คำนวณหาความตรงเชิงเนื้อหา โดยใช้วิธีการคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ซึ่งคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป ได้ข้อคำถามเข้าเกณฑ์จำนวน 72 ข้อ

2. นำไปทดลองใช้ (Try out) กับครูที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อนำผลมาคำนวณหาความน่าเชื่อถือ ด้วยการหาความสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวมข้อที่เหลือ (Item - Total Correlation) ได้ค่าความน่าเชื่อถืออยู่ระหว่าง 0.279 - 0.777 และหาความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha - Coefficient) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.971

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลกับครูที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่งแบบประเมินทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 ให้กับครูที่เป็นกลุ่มตัวอย่างทางไปรษณีย์

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น โดยใช้สถิติเชิงบรรยาย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ค่าความโด่ง และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

2. การตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ใช้วิเคราะห์องค์ประกอบ วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ แสดงด้วยค่าสถิติไคเซอร์ - เมเยอร์ - ออลคิน (KMO) และค่าสถิติของบาร์ทเลตต์ (Bartlett's test)

3. การวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 ที่สร้างขึ้นโดยใช้โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองด้วยโดยใช้โปรแกรม Mplus Version 7 พิจารณาความตรงเชิงโครงสร้างจากค่าสถิติวัดระดับความกลมกลืน ได้แก่ค่า 1) สถิติไค-สแควร์ (Chi-square statistics: χ^2) 2) ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) 3) ดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษเหลือ (Root of mean square residual: RMR) 4) ดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (Root mean square of approximation: RMSEA) 5) ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบของ Tucker และ Lewis (Trucker Lewis index: TLI) และ 6) ดัชนี วัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ (Comparative fit index: CFI)

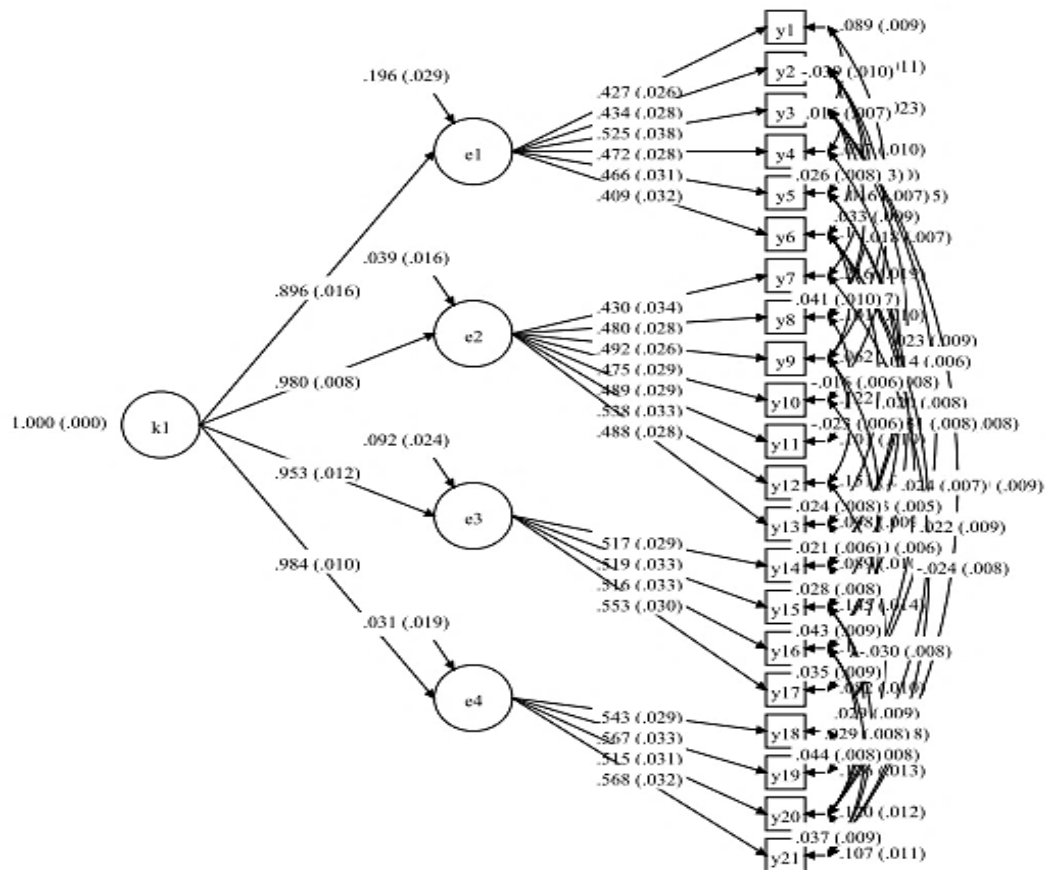
สรุปผลการวิจัย

1. ผลการสังเคราะห์องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ในศตวรรษที่ 21 เมื่อผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความเหมาะสมของตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 พบว่า องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ในศตวรรษที่ 21 ผ่านเกณฑ์การพิจารณาเรื่องความเหมาะสมทั้งหมด 4 องค์ประกอบ 21 ตัวบ่งชี้ ได้แก่ 1) องค์ประกอบทักษะการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ประกอบด้วย 6 ตัวบ่งชี้ 2) องค์ประกอบทักษะการออกแบบและจัดกิจกรรมการเรียนรู้บูรณาการทักษะในศตวรรษที่ 21 ประกอบด้วย 7 ตัวบ่งชี้ 3) องค์ประกอบทักษะการใช้สื่อ นวัตกรรมการเรียนการสอน 21 ประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้ และ 4) องค์ประกอบทักษะการวัดประเมินผลการเรียนรู้ ซึ่งประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้

2. ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 ที่สร้างขึ้นโดยใช้โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (Second-order confirmatory factor analysis) ดังนี้

1) ผลการตรวจสอบการวิเคราะห์ความเหมาะสมของข้อมูลได้ค่าสถิติไคเซอร์-เมเยอร์-ออลกิน (KMO) เท่ากับ 0.963 แสดงว่าข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมีความเหมาะสมระดับดีมาก และค่า Bartlett's test of sphericity เท่ากับ 5650.567 df. = 210 และ Sig. = .000 แสดงว่าเมทริกซ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรไม่เป็นเมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity matrix) หมายความว่า ตัวแปรที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบครั้งนี้มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2) ผลการวิเคราะห์โดยมีค่าสถิติวัดระดับความกลมกลืนระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังนี้ ค่าสถิติไค-สแควร์ (Chi-square) เท่ากับ 175.675 มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = 0.0598$) ที่องศาอิสระ เท่ากับ 148 นอกจากนี้ยังพบว่าค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ เท่ากับ 1.187 CFI เท่ากับ 0.995 ค่าดัชนี TLI เท่ากับ 0.993 ค่าดัชนีรากที่สองของค่าเฉลี่ยความคลาดเคลื่อนกำลังสองของการประมาณค่า (RMSEA) เท่ากับ 0.026 ดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของเศษเหลือมาตรฐาน (SRMR) เท่ากับ 0.027 แสดงว่า โมเดลมีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์



ภาพที่ 2 โมเดลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองขององค์ประกอบและตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากผลการสังเคราะห์องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 มีความสอดคล้องกับแนวคิดของ James Bellanca and Ron Brandt (2554; สุพรรณิ ขาญประเสริฐ, 2556; สมเกียรติ พรพิสุทธิมาศ, 2556; ทิศนา แคมมณี, 2558 อ้างใน ปราณี อ่อนศรี, 2554; พิมพ์ธ์ เดชะคุปต์ และเพียว ยินดีสุข, 2558) กล่าวว่าจัดการเรียนรู้ในปัจจุบันจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งมีลักษณะสำคัญคือลักษณะการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ สนองความต้องการของผู้เรียนเป็นรายบุคคลและใช้หลากหลายรูปแบบการสอนเพื่อพัฒนาผู้เรียนได้เต็มศักยภาพ James Bellanca and Ron Brandt (2554; Simmons อ้างใน วิโรจน์ สารรัตน์, 2556; สุพรรณิ ขาญประเสริฐ, 2556; สมเกียรติ พรพิสุทธิมาศ, 2556; ฌอนมพร เลาหจรัสแสง อ้างใน ภาสกร เรืองรอง และคณะ, 2557; ประสาท เนืองเฉลิม, 2558; พิมพ์ธ์ เดชะคุปต์ และเพียว ยินดีสุข, 2558; ทวีศักดิ์ จินดานุรักษ์, 2559) ครูสามารถจัดการเรียนรู้ที่บูรณาการทักษะในศตวรรษที่ 21 ผู้สอนคือผู้ที่ออกแบบการเรียนรู้ที่เหมาะสมสามารถออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนแลกเปลี่ยนเรียนรู้และทำงานแบบร่วมมือ มีส่วนร่วมในกระบวนการคิดที่ซับซ้อนเพื่อให้เรียนรู้ได้ลึกซึ้งขึ้นหรือรู้จักนำไปประยุกต์ใช้ การสอนควรใช้กิจกรรมเสริมหลากหลายที่ทำให้วิทยาศาสตร์เป็นเรื่องง่าย และสนุกสนาน นอกจากนี้ครูต้องมีความสามารถผลิต จัดหา คัดสรร สื่อและแหล่งการเรียนรู้มีทักษะใช้สื่อต่างๆ มีความสามารถนวัตกรรมเพื่อสร้างผู้เรียนให้เป็นผู้ที่มีทักษะการเรียนรู้เป็นไปตามเป้าหมายการปฏิรูปการศึกษาและเป็นผู้บุคคลที่มีทักษะสำคัญในการอยู่ในสังคมศตวรรษที่ 21 ดังเช่นที่ Simmons (อ้างใน วิโรจน์ สารรัตน์, 2556; สุพรรณิ ขาญประเสริฐ, 2556; สมเกียรติ พรพิสุทธิมาศ, 2556; ฌอนมพร เลาหจรัสแสง อ้างใน ภาสกร เรืองรอง และคณะ, 2557; ประสาท เนืองเฉลิม, 2558; สุคนธ์ สิ้นพานนท์, 2558; ทวีศักดิ์ จินดานุรักษ์, 2559) ได้กล่าวไว้ อีกทั้งครูสามารถออกแบบการวัดและประเมินผลที่รองรับการประเมินผลอย่างต่อเนื่องของการพัฒนาทักษะศตวรรษที่ 21 ของนักเรียนความสามารถในการวัดและประเมินผลผู้เรียนได้ตามหลักการวัดและประเมินผลและเป็นไปตามเป้าหมายการเรียนรู้ มาตรฐานการเรียนรู้ ดังที่ สุพรรณิ ขาญประเสริฐ (2556; ประสาท เนืองเฉลิม, 2558; สุคนธ์ สิ้นพานนท์, 2558; ทวีศักดิ์ จินดานุรักษ์, 2559) ได้กล่าวไว้ ดังนั้นองค์ประกอบ ของทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 ที่สำคัญจึงประกอบไปด้วย องค์ประกอบทักษะการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ องค์ประกอบทักษะการออกแบบและจัดกิจกรรมการเรียนรู้บูรณาการทักษะในศตวรรษที่ 21 องค์ประกอบทักษะการใช้สื่อ นวัตกรรม การเรียนการสอน และองค์ประกอบทักษะการวัดประเมินผลการเรียนรู้

2. จากผลการวิจัยที่พบว่า องค์ประกอบของทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 ทั้ง 4 ประการ มีค่านำหนักองค์ประกอบระหว่าง 0.896 - 0.984 และมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกองค์ประกอบ แสดงว่าองค์ประกอบทั้ง 4 องค์ประกอบมีความตรงเชิงโครงสร้างเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

องค์ประกอบที่ 1 ทักษะการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ซึ่งประกอบด้วย 6 ตัวบ่งชี้ คือ จัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและได้เรียนรู้ด้วยตนเอง, กำหนดเนื้อหาและจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับความแตกต่างของบุคคล, เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการออกแบบการเรียนรู้, การจัดการเรียนรู้ที่เน้นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงประสบการณ์, จัดกิจกรรมที่ผู้เรียนเป็นผู้คิด ลงมือปฏิบัติ ศึกษาค้นคว้าอย่างมีระบบ เชื่อมโยงกับชีวิตจริง, การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนสะท้อนสิ่งที่ได้เรียนรู้แบ่งปันสู่เพื่อนในชั้นเรียน ซึ่งตัวบ่งชี้ทั้ง 6 ตัวบ่งชี้ เมื่อนำไปทำการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง พบว่าเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการออกแบบการเรียนรู้ เป็นตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดขององค์ประกอบ ทั้งนี้อาจเนื่องจากการจัดการเรียนรู้ที่จะทำสอดคล้องกับทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 มีลักษณะสำคัญคือการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ การที่ผู้สอนจะสามารถสนองความต้องการของผู้เรียนเป็นรายบุคคลตามที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2553) กำหนดสมรรถนะการจัดการเรียนรู้การออกแบบการเรียนรู้อย่างสอดคล้องและเป็นระบบจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ คือการเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการออกแบบการเรียนรู้ และในภาพรวมขององค์ประกอบที่ 1 ทักษะการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ซึ่งประกอบด้วย 6 ตัวบ่งชี้ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.409 - 0.525 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกตัวบ่งชี้ แสดงว่าองค์ประกอบที่ 1 ทักษะการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมีความตรงเชิงโครงสร้าง ทั้งนี้สอดคล้องกับงานของ จุฑาพิชญ์ ธรรมศิลป์ (2557) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับสมรรถนะการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ของครูพบว่าตัวบ่งชี้จัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นและได้เรียนรู้ด้วยตนเองเป็นตัวบ่งชี้และสอดคล้องกับที่สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2547) กล่าวว่ารูปแบบการจัดกระบวนการเรียนรู้ของครูต้นแบบตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 เป็นการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญที่สอดคล้องตามแนวการจัดการศึกษา หมวด 4 มาตรา 24 ที่ระบุว่าการจัดกระบวนการเรียนรู้ให้สถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดำเนินการ จัดเนื้อหาสาระและกิจกรรมให้สอดคล้องกับความสนใจและความถนัดของผู้เรียนโดยคำนึงความแตกต่างระหว่างบุคคล และสอดคล้องกับประสาท เนืองเฉลิม (2558) กล่าวว่าการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ควรเป็นไปเพื่อตอบสนองคุณค่าและความหมายที่แท้จริงของชีวิต ผู้เรียนได้คิด จินตนาการ ลงมือทำ และประสบพบเจอด้วยตนเอง สร้างความตระหนักต่อตนเอง การเรียนรู้เชิงประสบการณ์ สอดคล้องกับมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ (2553) การจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในด้านผู้สอนมีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายและเชื่อมโยงกับชีวิตจริง ซึ่งสอดคล้องกับสถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (2556) ว่าการเรียนการสอนวิชา

วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี เน้นกระบวนการที่นักเรียนเป็นผู้คิด ลงมือปฏิบัติ ศึกษาค้นคว้าอย่างมีระบบด้วยกิจกรรมหลากหลาย และสอดคล้องกับประสาท เนืองเฉลิม (2558) กล่าวว่า การเรียนการสอนที่สะท้อนความคิดบนพื้นฐานของการมีส่วนร่วมทางประสบการณ์การเรียนรู้ภายใต้บริบทที่แตกต่างกัน โดยที่ผู้เรียนสร้างความรู้จากสิ่งที่สัมผัสและสื่อสารออกมาเป็นความรู้สึกนึกคิดของตนเอง และสะท้อนสิ่งที่ได้เรียนรู้แบ่งปันสู่เพื่อนในชั้น

องค์ประกอบที่ 2 ทักษะการออกแบบและจัดกิจกรรมการเรียนรู้บูรณาการทักษะในศตวรรษที่ 21 ซึ่งประกอบด้วย 7 ตัวบ่งชี้ คือ จัดทำแผนการเรียนรู้ตามมาตรฐานการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และให้สอดคล้องกับทักษะในศตวรรษที่ 21, ออกแบบการเรียนรู้ที่ตอบสนองความแตกต่างระหว่างบุคคล และรูปแบบการเรียนรู้ที่แตกต่างกันโดยเน้นความรู้และทักษะในศตวรรษที่ 21, จัดการเรียนรู้โดยให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง, จัดการเรียนรู้ส่งเสริมการทำงานแบบร่วมมือ, จัดการเรียนรู้ได้หลากหลายแบบทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการตามสภาพจริง, ใช้กิจกรรมเสริมหลากหลาย นอกเหนือจากกิจกรรมในชั้นเรียน, จัดการเรียนรู้ด้วยกระบวนการสืบเสาะความรู้ เช่น การจัดการเรียนรู้แบบโครงงานเป็นฐาน, สอนแบบบูรณาการ, การสอนแบบสืบเสาะ, การสอนแบบปัญหาเป็นฐาน, การสอนแบบวิจัยเป็นฐาน และ STEM เพื่อส่งเสริมทักษะที่จำเป็นในการดำรงชีวิต ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งตัวบ่งชี้ทั้ง 6 ตัวบ่งชี้ เมื่อนำไปทำการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง พบว่าตัวบ่งชี้ใช้กิจกรรมเสริมหลากหลายนอกเหนือจากกิจกรรมในชั้นเรียน เป็นตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดขององค์ประกอบ ทั้งนี้อาจเนื่องจากแนวโน้มของหลักสูตรและการเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ในศตวรรษที่ 21 ในด้านกิจกรรมการเรียนการสอน ดังที่ทวีศักดิ์ จินดานุรักษ์ (2559) ได้กล่าวว่าการสอนควรใช้กิจกรรมเสริมหลากหลายทำให้วิทยาศาสตร์เป็นเรื่องง่ายและสนุกสนาน เช่น การวาดภาพ ประกวดคำขวัญ บทความ ใ้ว่าที่ละคร และอภิปราย เป็นต้น และในภาพรวมขององค์ประกอบที่ 2 ทักษะการออกแบบและจัดกิจกรรมการเรียนรู้บูรณาการทักษะในศตวรรษที่ 21 ซึ่งประกอบด้วย 7 ตัวบ่งชี้ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.430 - 0.538 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกตัวบ่งชี้ แสดงว่า องค์ประกอบที่ 2 ทักษะการออกแบบและจัดกิจกรรมการเรียนรู้บูรณาการทักษะในศตวรรษที่ 21 มีความตรงเชิงโครงสร้าง ทั้งนี้สอดคล้องกับลัดดาวัลย์ สืบจิต (2555) การจัดทำแผนการเรียนรู้ตามหลักสูตรให้สอดคล้องกับทักษะในศตวรรษที่ 21 เป็นตัวบ่งชี้สมรรถนะครูในศตวรรษที่ 21 ในด้านการจัดการเรียนรู้และสร้างนวัตกรรม และ Trilling and Fadel (2009 อ้างใน ประสาท เนืองเฉลิม, (2558) กล่าวว่า การเรียนการสอนวิทยาศาสตร์ที่มีเพียงแค่นำทางเดียวก็ไม่สามารถตอบสนองความแตกต่างของผู้เรียนได้ทั้งชั้นเรียน สอดคล้องกับงานจุฑาพิชญ์ ธรรมศิลป์ (2557) ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับสมรรถนะการออกแบบการเรียนรู้ว่าตัวบ่งชี้รูปแบบการเรียนรู้ได้อย่างหลากหลายโดยเน้นความรู้และทักษะในศตวรรษที่ 21 และสอดคล้องกับ ทวีศักดิ์ จินดานุรักษ์ (2559) กล่าวว่า การสอนควรมุ่งพัฒนาภูมิปัญญาไทยเพื่อให้คนไทยสร้างองค์ความรู้ขึ้นเองได้โดยใช้กระบวนการเรียนการสอนที่เน้น

กระบวนการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองมากขึ้น มุ่งพัฒนาเจตคติและค่านิยมทางวิทยาศาสตร์ สอดคล้องสุพรรณิ ขาญประเสริฐ (2556) กล่าวว่าศักยภาพครูในการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 ครูต้องมีความสามารถส่งเสริมให้นักเรียนสามารถเรียนรู้และทำงานแบบร่วมมือมีความเชี่ยวชาญในการจัดการเรียนรู้ด้วยกระบวนการสืบเสาะความรู้ และสอดคล้องกับ สมเกียรติ พรพิสุทธิมาศ (2556) กล่าวว่าการเรียนรู้ในบริบทศตวรรษที่ 21 อาจจัดการเรียนรู้ได้หลากหลายแบบทั้งที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ

องค์ประกอบที่ 3 ทักษะการใช้สื่อ นวัตกรรมการเรียนการสอน ซึ่งประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้ คือ ผลผลิต สื่อ นวัตกรรม และเทคโนโลยี ให้เหมาะสมตามจุดมุ่งหมายของรายวิชาวิทยาศาสตร์ ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการผลิต สื่อ นวัตกรรมจัดการเรียนรู้ สามารถใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ การเลือกใช้สื่อ นวัตกรรม และเทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อให้เกิดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ ซึ่งตัวบ่งชี้ทั้ง 4 ตัวบ่งชี้เมื่อนำไปทำการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง พบว่าตัวบ่งชี้การเลือกใช้สื่อ นวัตกรรม และเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อให้เกิดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์เป็นตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดขององค์ประกอบ ทั้งนี้เนื่องจากการจัดการเรียนรู้ในปัจจุบันจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 โดยสรุปคือครูใช้สื่อต่างๆ เป็นองค์ประกอบในการจัดการเรียนรู้ (Media-driven) ใช้สื่อการเรียนรู้ที่ผสมผสานระหว่างเทคโนโลยีแบบเดิม (Conventional technology) และเทคโนโลยีดิจิทัล (Digital technology) เพื่อให้เกิดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์อย่างเต็มศักยภาพ มีการใช้สื่อที่เหมาะสมเพื่อทำให้เกิดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ตามสมรรถนะที่ผู้เรียนควรมีดังที่สมเกียรติ พรพิสุทธิมาศ (2556) กล่าวไว้ และในภาพรวมขององค์ประกอบที่ 3 ทักษะการใช้สื่อ นวัตกรรมการเรียนการสอน ซึ่งประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.516 - 0.553 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกตัวบ่งชี้ แสดงว่าองค์ประกอบที่ 3 ทักษะการใช้สื่อ นวัตกรรมการเรียนการสอน มีความตรงเชิงโครงสร้าง ทั้งนี้สอดคล้องกับสุคนธ์ สินธพานนท์ (2558) ครูไทยในศตวรรษที่ 21 มีความสามารถในการสร้างนวัตกรรม เพื่อสร้างผู้เรียนให้เป็นผู้ที่มีทักษะการเรียนรู้เป็นไปตามเป้าหมายการปฏิรูปการศึกษา และเป็นบุคคลที่มีทักษะสำคัญในการอยู่ในสังคมศตวรรษที่ 21 สอดคล้องกับ สุพรรณิ ขาญประเสริฐ (2561) ครูสามารถใช้เทคโนโลยี สื่อมัลติมีเดียเป็นเครื่องมือช่วยในการจัดการเรียนรู้และสอดคล้องกับ ทวีศักดิ์ จินดานุรักษ์ (2559) การจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์เน้นการเรียนรู้ทั้งด้านพุทธิพิสัย และทักษะพิสัยโดยอาศัยสื่อการสอนประเภทต่างๆ ประกอบการจัดการเรียนรู้เพื่อให้สามารถถ่ายทอดเนื้อหาสาระไปสู่ผู้เรียนตามจุดมุ่งหมายของรายวิชาให้มากที่สุด

องค์ประกอบที่ 4 ทักษะการวัดประเมินผลการเรียนรู้ ซึ่งประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้ คือ ออกแบบวิธีการวัดและประเมินผลได้อย่างหลากหลาย, ออกแบบวิธีการวัดและประเมินผลที่เหมาะสมกับเนื้อหาสอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้, สร้างเครื่องมือประเมินผลการเรียนรู้ใช้วิธีการวัด

ประเมินผลที่เหมาะสม วัดและประเมินผลผู้เรียนตามสภาพจริงเน้นการประเมินเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์และทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ซึ่งตัวบ่งชี้ทั้ง 4 ตัวบ่งชี้เมื่อนำไปทำการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง พบว่าตัวบ่งชี้วัดและประเมินผลผู้เรียนตามสภาพจริง เน้นการประเมินเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ทางวิทยาศาสตร์และทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 เป็นตัวบ่งชี้ที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบสูงสุดขององค์ประกอบทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากวิธีการวัดและประเมินทักษะในศตวรรษที่ 21 ที่เหมาะสมอย่างยิ่ง คือ การประเมินผลจากสิ่งที่ผู้เรียนได้แสดงให้เห็นถึงว่ามีความรู้ ทักษะและความสามารถ ซึ่งพิมพ์นิตยเดชคุปต์ และเพียว ยินดีสุข (2558) กล่าวว่าสมรรถนะการประเมินผลการเรียนรู้ว่าต้องมีทักษะในการประเมินผลการเรียนรู้การจัดการเรียนรู้ในปัจจุบันเป็นการจัดการเรียนรู้ตามสภาพจริงดังนั้นการประเมินผลการเรียนรู้ต้องสอดคล้องกับการจัดการเรียนรู้ตามสภาพจริงและในภาพรวมขององค์ประกอบที่ 4 ทักษะการวัดประเมินผลการเรียนรู้ ซึ่งประกอบด้วย 4 ตัวบ่งชี้ มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ระหว่าง 0.515 - 0.568 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทุกตัวบ่งชี้ แสดงว่าองค์ประกอบที่ 4 ทักษะการวัดประเมินผลการเรียนรู้ มีความตรงเชิงโครงสร้าง ทั้งนี้สอดคล้องกับสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2553) ที่ได้กำหนดสมรรถนะประจำสายงานสมรรถนะการบริหารหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้ ออกแบบวิธีการวัดและประเมินผลอย่างหลากหลายเหมาะสมกับเนื้อหา กิจกรรมการเรียนรู้และผู้เรียน และสร้างและนำเครื่องมือวัดและประเมินผลไปใช้อย่างถูกต้องเหมาะสมสอดคล้องกับปราชญ์ อ่อนศรี (2558) ที่กล่าวว่าการประเมินผลผู้สอนควรคำนึงถึงความสอดคล้องกับจุดประสงค์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้องค์ประกอบและตัวบ่งชี้ที่ได้จากการพัฒนาทั้งสิ้น 4 องค์ประกอบ 21 ตัวบ่งชี้ สามารถนำไปใช้ในการวัดและประเมินทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูวิทยาศาสตร์ระดับมัธยมศึกษาได้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการวิจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการประเมินทักษะการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21 เพื่อเป็นการสร้างเครื่องมือและมาตรฐานในการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์ของครูในศตวรรษที่ 21

บรรณานุกรม

- จุฬาพิชญ์ ธรรมศิลป์. (2557). การพัฒนาตัวบ่งชี้สมรรถนะการจัดการเรียนรู้ของครูในศตวรรษที่ 21. วิทยานิพนธ์ กศ.ม., มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- ทวีศักดิ์ จินดานุรักษ์ (2560) ครูและนักเรียนในยุคการศึกษาไทย 4.0. วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม. 7(2), 14-29.
- ประสาธ เนืองเฉลิม. (2558). การเรียนรู้วิทยาศาสตร์ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปราณี อ่อนศรี. (2558). บทบาทผู้สอนต่อทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. วารสารพยาบาลทหารบก. 16(3), 8-13.
- พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์ และเพียว ยินดีสุข. (2558). การจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภาสกร เรืองรอง และคณะ. (2557). เทคโนโลยีการศึกษากับครูไทยในศตวรรษที่ 21. วารสารปัญญาภิวัฒน์. 5(พ.ค.), 195-205.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2553). คู่มือการจัดระบบการเรียนการสอนที่ยึดผู้เรียนเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้ (พิมพ์ครั้งที่ 1). พระนครศรีอยุธยา: โรงพิมพ์เทียนวัฒนา พรินท์ติ้ง.
- ลัดดาวัลย์ สืบจิต. การพัฒนาตัวบ่งชี้สมรรถนะครูในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. วิทยานิพนธ์ ค.ด., มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- วิจารณ์ พานิช. (2555). วิธีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสดศรีสฤษดิ์วงศ์.
- วิโรจน์ สารรัตนะ. (2556). กระบวนทัศน์ใหม่ทางการศึกษากรณีศึกษาต่อการศึกษาศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: หจก.ทิพย์วิสุทธิ.
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.). (ม.ป.ป.). คู่มือการใช้หลักสูตรวิทยาศาสตร์ในอนาคต. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <http://www.ipst.ac.th/files/curriculum2556/ManualScienceM2.pdf> เมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2560.
- สมเกียรติ พรพิสุทธิมาศ. (2556). การเรียนรู้วิทยาศาสตร์ในศตวรรษที่ 21. วารสารหน่วยวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้, 4(1), 55–63.
- สุนันท์ สินธพานนท์. (2558). การจัดการเรียนรู้ของครูยุคใหม่ เพื่อพัฒนาทักษะผู้เรียนในศตวรรษที่ 21. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุพรรณิ ขาญประเสริฐ. (2556). การจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21. สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สสวท.), 42(185), 10-13.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี. (2560).

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564). [ออนไลน์].

สืบค้นจาก <http://www.royalthaipolice.go.th/> เมื่อ 27 พฤศจิกายน 2561

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2553). **คู่มือเส้นทางครุมีอาชีพสำหรับครูผู้ช่วย.**

กรุงเทพฯ: ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2547). **แนวทางการพัฒนานครแห่งความรู้.** กรุงเทพฯ: ห้าง

หุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.

James Bellanca and Ron Brandt. (2554). **ทักษะแห่งอนาคตใหม่ : การศึกษาเพื่อศตวรรษที่**

21. แปลโดย วรพจน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง และอธิป จิตตฤกษ์. กรุงเทพฯ: Openworlds.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบล ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

Factors Influencing on the Performance of Subdistrict Municipality Administrators in the Eastern Region

ศักดิ์พัฒน์ พลิกามินทร์¹ พงษ์เสถียร เหลืองอลงกต²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบล ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นายกเทศบาลตำบล และรองนายกเทศบาลตำบล ซึ่งมีที่ทำการอยู่ใน 7 จังหวัดภาคตะวันออกของประเทศไทย จำนวน 531 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดย ชูแมคเกอร์ และโลแมกซ์ ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติการถดถอยพหุคูณ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบล ในพื้นที่ภาคตะวันออก โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบล ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ส่วนภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และองค์กรนวัตกรรมไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบล ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

คำสำคัญ: การปฏิบัติงาน, ความพึงพอใจ, นวัตกรรม

Abstract

The purpose of this paper is to study factors affecting the performance of subdistrict municipality administrators in the eastern region. The population used in this research is the subdistrict municipality president and the subdistrict municipality president, which has offices in 7 provinces of the eastern region of Thailand, totally 531 people. The theory of sample size determination of Schumacher and Lomax, the sample consisted of 400 people, and simple sampling was used. The instruments used

¹ นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยการบริหาร

² (รองศาสตราจารย์ ดร.) อาจารย์ประจำวิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

for collecting data were questionnaires. In the data analysis, multiple regression statistics were used to analyse factors affecting the performance of subdistrict municipality administrators in the eastern region by setting statistical significance at the level of 0.01.

The results showed that job satisfaction influenced the performance of subdistrict municipality administrators in the eastern region. As for creative leadership and innovation organisation, there is no influence on the performance of subdistrict municipality administrators in the eastern region.

Keywords: Performance, Sasisfaction, Innovation

บทนำ

การบริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภายใต้ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ก่อให้เกิดประเด็นคำถามบางประการว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สามารถบริหารงานได้อย่างมีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของประชาชนได้จริงหรือไม่ ด้วยเหตุนี้ความสามารถทางการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จะเป็นสิ่งที่ทุกฝ่ายเฝ้ามองเพื่อประเมินความสำเร็จของการปกครองส่วนท้องถิ่น นอกจากนั้นความสามารถในการบริหารงานในองค์กร หรือ ผลงานจะเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจในคุณภาพการทำงาน ต่อการปกครองส่วนท้องถิ่น (อรรถัย กักผล 2547, หน้า 5) อย่างไรก็ตามการบริหารงานตามภารกิจที่มากขึ้นขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ภารกิจในการบริหารงานให้มีคุณภาพ ตรงต่อเวลา ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความพยายามที่จะต้องแสวงหาแนวทางในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ และภายใต้การบริหารที่ประสบผลสำเร็จ นั้นมีสาเหตุมาจากหลายปัจจัย อาทิเช่น เกิดจากความพึงพอใจในการทำงานของผู้บริหารเทศบาลตำบล ตลอดจนภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และการปฏิบัติงานที่มีองค์กรนวัตกรรม ตลอดจนคณะผู้บริหารขององค์กรที่ใส่ใจการปฏิบัติงาน ดำเนินการสร้างสรรค์มีส่วนร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างแท้จริง เพื่อให้เกิดการร่วมกันอย่างบูรณาการในท้องถิ่น มีการตื่นตัวในการร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมตัดสินใจ ในการปฏิบัติหน้าที่ และ เป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับผู้บริหาร (อรรถัย กักผล 2547, หน้า11)

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเทศบาลตำบล มีการบริหารจัดการภายในองค์กร และมีการพัฒนาสิ่งใหม่ๆ ที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน เพื่อให้การบริหารในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภาคตะวันออก ประสบผลสำเร็จ ปัจจุบันการบริหารในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นภาคตะวันออก ที่มีการใช้นวัตกรรมในการเข้ามามีบทบาท และมีความสำคัญอย่างมาก ต่อการบริหารจัดการของภาครัฐ โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งหากองค์กรส่วนท้องถิ่นมีผลการปฏิบัติงานดีจะส่งผลให้

เกิดคุณภาพการบริการที่ดีแก่ประชาชน ก่อให้เกิดความพึงพอใจของประชาชน โดยสามารถลดความเหลื่อมล้ำต่างๆ ที่จะเกิดในชุมชนตนเอง แต่ถ้าหากผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบลบริหารได้ไม่ดีพอ ก็จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพการให้บริการ ทำให้ประชาชนขาดความพึงพอใจ อีกทั้งจะนำไปสู่การขาดประสิทธิภาพในการจัดการด้านต่างๆ อาทิเช่น ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านเศรษฐกิจ ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชน ด้วยเหตุนี้ผลการปฏิบัติที่ดีของเทศบาลจึงเป็นสิ่งที่พึงปรารถนาเพราะจะนำมาซึ่งการบริหารงานที่ได้ทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผล ทางทีมงานผู้บริหารเทศบาลตำบล จึงควรทราบถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะส่งผลต่อการปฏิบัติงาน ทั้งนี้จากการทบทวนวรรณกรรม ของ Judge, Thoresen, Bono, and Patton (2001) ศึกษาเรื่อง The Job Satisfaction-Job Innovation Organization and Creative Leadership พบว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ และ องค์กรนวัตกรรม มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับ Boemer, Eisenbeiss, and Griesser (2007) ที่ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของพฤติกรรมผู้นำที่สร้างสรรค์ องค์กรนวัตกรรมและความพึงพอใจในการทำงาน ต่อพฤติกรรมผลการปฏิบัติงานขององค์กร ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างหัวหน้างาน 91 คน จากบริษัทต่างๆ จำนวน 11 แห่งในประเทศเยอรมนี ผลการศึกษาพบว่า องค์กรนวัตกรรม ความพึงพอใจในการทำงาน ผู้นำเชิงสร้างสรรค์ มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้ตาม และยังสอดคล้องกับ Gadot (2007) ที่ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร ภาวะผู้นำการสร้างสรรค์ องค์กรนวัตกรรม นโยบายขององค์กร พบว่า องค์กรนวัตกรรม ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ มีอิทธิพลทางตรงกับผลการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ปัจจัยทางด้านความพึงพอใจ ที่ผู้วิจัยทบทวนมานั้นมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงาน แต่ก็อยู่ในบริบทของการบริหารจัดการในต่างประเทศ แต่ผู้วิจัยก็ยังไม่มั่นใจว่า ปัจจัยต่างๆ จะส่งผลกระทบต่อบริบทของเทศบาลตำบลในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกหรือไม่ ด้วยเหตุนี้ผู้จึงสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบล ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก โดยผลการวิจัยที่ได้ จะช่วยให้ผู้บริหารท้องถิ่นในระดับเทศบาลตำบลนำไปเป็นแนวทางในการส่งเสริมปัจจัยต่างๆ ที่พบเพื่อการบริหารงานท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบลในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

กรอบแนวคิดการวิจัย

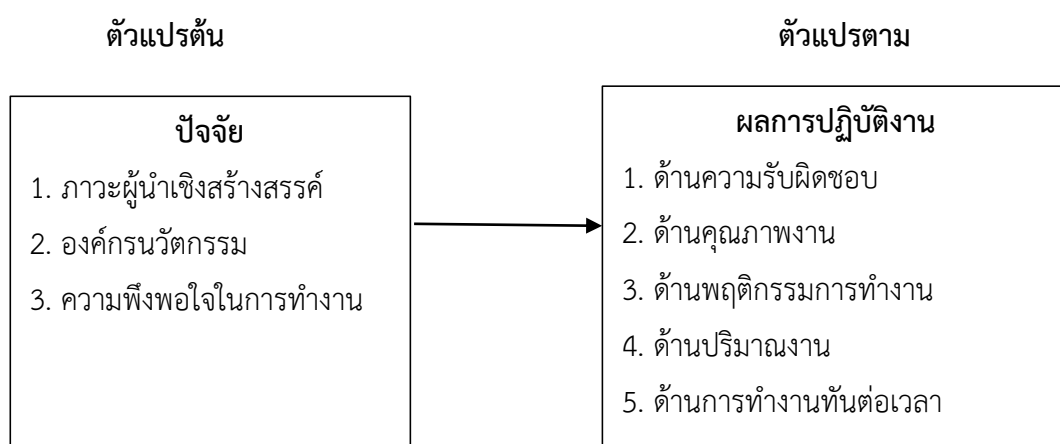
ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบล ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน ผลงานวิจัย ดังนี้ (Judge , Thoresen, Bono, and Patton , 2001) , (Boemer, Eisenbeiss, and Griesser ,2007) , (Gadot , 2007)

องค์กรนวัตกรรมส่งผลต่อการปฏิบัติงาน ผลงานวิจัย ดังนี้ (Judge , Thoresen, Bono, and Patton , 2001) , (Boemer, Eisenbeiss, and Griesser ,2007) , (Gadot , 2007)

ความพึงพอใจในการทำงานส่งผลต่อการปฏิบัติงาน ผลงานวิจัย ดังนี้ (Judge , Thoresen, Bono, and Patton , 2001) , (Boemer, Eisenbeiss, and Griesser ,2007)

ผลการปฏิบัติงาน แนวคิดงานวิจัย ดังนี้ Campbell and Others (1993) , Gilmer (1989), Asquith (1991)



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวความคิดการวิจัย

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบลในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก งานวิจัยต่างๆ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานดังนี้

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน ผลงานวิจัย ดังนี้ Judge, Thoresen, Bono, and Patton (2001) ศึกษาเรื่อง The Job Satisfaction-Job Innovation Organization and Creative Leadership พบว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ มีอิทธิพลทางตรงต่อการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับ Boemer, Eisenbeiss, and Griesser (2007) ที่ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของพฤติกรรมผู้นำที่สร้างสรรค์ องค์กรนวัตกรรมและความพึงพอใจในการทำงาน ต่อพฤติกรรมผลการปฏิบัติงานขององค์กร ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างหัวหน้างาน 91 คน จากบริษัทต่างๆ จำนวน 11 แห่งในประเทศเยอรมันผลการศึกษาพบว่า ผู้นำเชิงสร้างสรรค์ มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานของผู้ตาม และยังสอดคล้องกับ Gadot (2007) ที่ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรภาวะผู้นำการสร้างสรรค์ องค์กรนวัตกรรม นโยบายขององค์กร พบว่า ภาวะผู้นำเชิง

สร้างสรรค์ มีอิทธิพลทางตรงกับผลการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ปัจจัยทางด้านความพึงพอใจ ที่ผู้วิจัยพบทวนมานั้นมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงาน

องค์กรนวัตกรรมส่งผลต่อผลการปฏิบัติงาน ผลงานวิจัยดังนี้ Judge, Thoresen, Bono, and Patton (2001) ศึกษา The Job Satisfaction-Job Innovation Organization and Creative Leadership พบว่า องค์กรนวัตกรรม มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับ Boemer, Eisenbeiss, and Griesser (2007) ที่ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของพฤติกรรมผู้นำที่สร้างสรรค์ องค์กรนวัตกรรมและความพึงพอใจในการทำงาน ต่อพฤติกรรมผลการปฏิบัติงานขององค์กร ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างหัวหน้างาน 91 คน จากบริษัทต่างๆ จำนวน 11 แห่งในประเทศเยอรมันผลการศึกษาพบว่า องค์กรนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้ตาม และยังสอดคล้องกับ Gadot (2007) ที่ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรภาวะผู้นำการสร้างสรรค์ องค์กรนวัตกรรม นโยบายขององค์กร พบว่า องค์กรนวัตกรรม มีอิทธิพลทางตรงกับผลการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ปัจจัยทางด้านความพึงพอใจ ที่ผู้วิจัยพบทวนมานั้นมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงาน

ความพึงพอใจในการทำงานส่งผลต่อผลการปฏิบัติงาน ผลงานวิจัย ดังนี้ Judge, Thoresen, Bono, and Patton (2001) ศึกษาเรื่อง The Job Satisfaction-Job Innovation Organization and Creative Leadership พบว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับ Boemer, Eisenbeiss, and Griesser (2007) ที่ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของพฤติกรรมผู้นำที่สร้างสรรค์ องค์กรนวัตกรรมและความพึงพอใจในการทำงาน ต่อพฤติกรรมผลการปฏิบัติงานขององค์กร ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างหัวหน้างาน 91 คน จากบริษัทต่างๆ จำนวน 11 แห่งในประเทศเยอรมันผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในการทำงาน มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้ตาม

ผลการปฏิบัติงาน แนวคิดงานวิจัย ดังนี้ Campbell and Others (1993) ทำการศึกษาวิจัยเรื่องผลการปฏิบัติงาน และได้องค์ประกอบของผลการปฏิบัติงานเป็น 8 องค์ประกอบ คือ 1) ความเชี่ยวชาญในหน้าที่ในงาน 2) ความเชี่ยวชาญในการสื่อสาร เป็นการใช้เครื่องมือสื่อสาร การแสดงออกต่างๆในการทำงาน 3) ความพยายาม คือ การมุ่งมั่นงานจนงานสำเร็จ 4) การรักษาวินัยส่วนบุคคล 5) การสนับสนุนหรืออำนวยความสะดวก สำหรับผลการปฏิบัติงานของทีมและเพื่อนร่วมงาน 6) การอำนวยความสะดวกหรือตรวจสอบและ 7) ภาวะผู้นำ 8) การทำงานทันต่อเวลา เป็นการรักษาวินัยการทำงานส่วนบุคคลที่ทำให้งานเสร็จตามเวลาที่กำหนด โดยบรรลุตามเป้าหมาย มีเป้าหมายชัดเจนแล้วเสร็จตามกำหนดเวลา และยังสอดคล้องกับ Gilmer (1989) การศึกษาพบว่า ผลการปฏิบัติงาน พิจารณาจากองค์ประกอบคุณภาพงาน จากปริมาณที่สำเร็จ และพฤติกรรมการทำงานของพนักงาน จากความรับผิดชอบต่องาน การแก้ไขปัญหา และการประสานงาน โดยปัจจัยที่มีผลได้แก่ 1) ด้านความรับผิดชอบต่องาน ความรับผิดชอบ หมายถึง ความรู้สึกสำนึกในจิตใจตามหน้าที่ต้องกระทำและให้เกิดผลดีที่สุทธรวมทั้งการรับผลที่เกิดขึ้นทั้งผิดและชอบโดยปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ ประกอบด้วย ความซื่อสัตย์ สุจริต ทักษะการปฏิบัติงาน ความสามารถในการเรียนรู้งานใหม่ 2) ด้านคุณภาพงาน เป็นปริมาณงานที่สำเร็จได้ทันต่อเวลาและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ประกอบคุณภาพของผลงาน ความถูกต้อง ความเชี่ยวชาญในการสื่อสาร 3) พฤติกรรมการทำงาน การแสดงออกและการกระทำของพนักงานที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการทำงานโดยตรง นอกจากนี้ยังรวมถึงการแสดงออกต่อสิ่งแวดล้อม ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ประกอบด้วย ความรับผิดชอบ การวิเคราะห์ การแก้ปัญหา 4) ปริมาณงาน เป็นจำนวนผลงานที่ทำสำเร็จประกอบด้วย การเปิดเผย และเผชิญ 5) การทำงานทันต่อเวลา เป็นผลและปริมาณของงานที่สามารถทำได้แล้วเสร็จตามกำหนดเวลา ประกอบด้วย เป้าหมายที่ชัดเจน ความสมดุลในบทบาท และAsquith (1991) แนวคิดเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงานว่าประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ คือ 1) ความรับผิดชอบ เป็นความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะปฏิบัติงานด้วยความเพียรพยายาม ละเอียดรอบคอบเพื่อให้งานประสบความสำเร็จตามที่ได้รับมอบหมาย รวมทั้งการยอมรับผลการกระทำของตนและพยายามปรับปรุงปฏิบัติหน้าที่ให้ดียิ่งขึ้น ประกอบด้วย ความซื่อสัตย์สุจริต ความพยายาม และระเบียบวินัย 2) คุณภาพงาน หมายถึง การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพตามข้อกำหนดที่ต้องการ เพื่อให้สินค้าหรือบริการนั้นสร้างความพอใจให้กับลูกค้า โดยมีต้นทุนการดำเนินงานที่เหมาะสมได้เปรียบคู่แข่ง ลูกค้ามีความพึงพอใจ 3) ปริมาณงาน หมายถึง จำนวนผลงานที่ทำสำเร็จ 4) ความรู้เกี่ยวกับงาน หมายถึง ความเชี่ยวชาญ ความสามารถ ความรู้อย่างรอบรู้เกี่ยวกับงานที่ทำ 5) ความสามารถในการใช้วัสดุและอุปกรณ์ คือ การแสดงออกที่สามารถในการใช้วัสดุประกอบการทำงาน ประกอบด้วย คุณภาพของผลงาน 6) ความสามารถในการเรียนรู้งานใหม่ เป็นการแสดงออกถึงการปฏิบัติงานและทำงานใหม่ๆ ได้ 7) การมีมนุษยสัมพันธ์และทักษะในการสื่อสาร คือ การทำงานร่วมกันของทีมงานและการสื่อสารการทำงานภายในทีมงาน 8) พฤติกรรมการทำงาน เป็นสิ่งที่คุณแสดงออกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในการทำงาน เป็นการแสดงออกทั้งภายนอกจากร่างกายและภายในจากจิตใจ ในการทำงาน 9) ความเชี่ยวชาญในการสื่อสาร เป็นความสามารถของพนักงานในการสื่อสารการทำงานได้อย่างเชี่ยวชาญ

สมมุติฐานการวิจัย

1. ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบลในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก
2. องค์การวัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบลในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก
3. ความพึงพอใจในการทำงาน มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบลในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบล ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ผู้วิจัย ต้องการศึกษถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบล ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) จาก

การสำรวจ (Survey Research) ใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ในพื้นที่จริงขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออก

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ผู้บริหารเทศบาลตำบล นายกเทศบาลตำบล และรองนายกเทศบาลตำบล ซึ่งมีที่ทำการอยู่ใน 7 จังหวัดภาคตะวันออกของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี จังหวัดตราด จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดระยอง และจังหวัดสระแก้ว จำนวน 531 คน (กรมการปกครอง, 2560)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารเทศบาลตำบล ซึ่งประกอบไปด้วย ผู้บริหารเทศบาลตำบล รองนายกเทศบาลตำบล หน้าที่ผู้ปฏิบัติแทนนายกเทศบาลตำบล ภาคตะวันออก ซึ่งมีที่ทำการอยู่ในจำนวน 7 จังหวัดภาคตะวันออก ของประเทศไทย ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี จังหวัดฉะเชิงเทรา จังหวัดชลบุรี จังหวัดตราด จังหวัดปราจีนบุรี จังหวัดระยองและจังหวัดสระแก้ว

ตารางที่ 1 จำนวนผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเทศบาลตำบลของ 7 จังหวัดภาคตะวันออก มีรายละเอียด ดังนี้

จังหวัด	จำนวนผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเทศบาลตำบล
จังหวัดจันทบุรี	123 คน
จังหวัดชลบุรี	117 คน
จังหวัดฉะเชิงเทรา	99 คน
จังหวัดตราด	42 คน
จังหวัดปราจีนบุรี	36 คน
จังหวัดระยอง	75 คน
จังหวัดสระแก้ว	39 คน
รวม	531

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างอ้างอิงจาก สุมิตล ว่องวานิชและนงลักษณ์ วิรัชชัย (2546) กล่าวว่า การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำเป็นต้องมีอย่างน้อย 100 คน สำหรับงานวิจัยชิ้นนี้เพื่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลผู้วิจัยขอใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน

กลุ่มตัวอย่างที่จะทำการวิจัยในครั้งนี้ นำมาจากผู้บริหารในเขตพื้นที่รับผิดชอบขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคตะวันออก รวมทั้งสิ้น 7 จังหวัด ได้แก่เทศบาลตำบล ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง โดยเลือกใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) ตามสัดส่วนเทศบาลตำบล (Proportional to Size) โดยมีการคำนวณดังต่อไปนี้

$$\text{จำนวนตัวอย่างในแต่ละกลุ่ม/ชั้น} = \frac{\text{จำนวนผู้บริหารในแต่ละกลุ่มชั้น} \times \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่าง}}{\text{จำนวนผู้บริหารทั้งหมด}}$$

ตารางที่ 2 สรุปจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

ลำดับ	จังหวัด	จำนวนประชากร	การคำนวณ	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
1	จังหวัดจันทบุรี	123	$123 \times 400 \div 531$	93
2	จังหวัดชลบุรี	117	$117 \times 400 \div 531$	88
3	จังหวัดฉะเชิงเทรา	99	$99 \times 400 \div 531$	75
4	จังหวัดตราด	42	$42 \times 400 \div 531$	32
5	จังหวัดปราจีนบุรี	36	$36 \times 400 \div 531$	27
6	จังหวัดระยอง	75	$75 \times 400 \div 531$	56
7	จังหวัดสระแก้ว	39	$39 \times 400 \div 531$	29
รวม		531	400	

เมื่อได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับสลาก (Lottery Method) กล่าวคือนำผู้บริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละตำบล มาทำการกำหนดหมายเลขให้กับหน่วยแต่ละหน่วยที่มีอยู่ในบัญชีรายชื่อ เรียงลำดับกันไปโดยไม่เว้น หรือซ้ำกัน หลังจากนั้นจึงทำการจับสลากหมายเลขตามจำนวนที่ต้องการ ธานินทร์ ศิลป์จารุ (2557, หน้า 55)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการเก็บข้อมูลครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหาร ได้แก่ ด้านความยืดหยุ่น ด้านจินตนาการ ด้านวิสัยทัศน์

ส่วนที่ 3 สอบถามเกี่ยวกับองค์กรนวัตกรรม ของผู้บริหาร ได้แก่ ด้านความรู้ในองค์กร ด้านวัฒนธรรมในองค์กร ด้านปรัชญาในองค์กร ด้านการบริหารองค์กร ด้านความร่วมมือในองค์กร

ส่วนที่ 4 สอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการทำงาน ของผู้บริหาร ได้แก่ ด้านการยอมรับนับถือ ด้านค่าตอบแทน ด้านลักษณะการทำงาน ด้านความก้าวหน้า

ส่วนที่ 5 สอบถามเกี่ยวกับผลการปฏิบัติงาน ของผู้บริหาร ได้แก่ ด้านความรับผิดชอบ ด้านคุณภาพงาน ด้านพฤติกรรมการทำงาน ด้านปริมาณงาน ด้านการทำงานทันต่อเวลา

สร้างและการตรวจสอบของเครื่องมือวิจัย

1. หาความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของข้อคำถามตามแบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยนำแบบสอบถามดังกล่าวเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อให้หวัข้อคำถามตามแบบสอบถามที่สร้างขึ้นได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา(Content Validity) ของข้อคำถามให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ พร้อมปรับปรุงแก้ไขตาม คำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

2. หาความเที่ยง (Reliability) จากแบบสอบถามที่ได้ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญและไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับประชากรแต่ไม่ใช่ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม จากสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach's Alpha ได้ค่าความเที่ยงหรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม ได้ค่า 0.8 สามารถถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือได้สามารถนำไปเก็บข้อมูลจริงต่อไป

วิธีการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

ทดสอบสมมติฐานโดยการวิเคราะห์หาปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบล ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนโดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สรุปผลการศึกษา

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบล ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก พบว่า

ตารางที่ 3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบล ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

Model	df	SS	MS	F	Sig.
Residual	116.519	396	.294	83.866	.000
Regression	74.030	3	24.677		
Total	190.550	399			

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยค่าสถิติ F-test (ANOVA) มีค่า Sig. เท่ากับ .000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติ (0.05) กล่าวคือ มีปัจจัยอย่างน้อย 1 ตัวที่สามารถทำนายและมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงาน

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์การถดถอยเพื่อพยากรณ์ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบล ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

ตัวแปร	b	SE _b	β	t	p-value
ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์	-.047	.052	-.053	-.899	.369
องค์กรนวัตกรรม	-.138	.082	-.133	-1.694	.091
ความพึงพอใจในการทำงาน	.750	.067	.757	11.164	.000
R = .623 ; R ² = .389 ; F = 83.866 ; p-value = .000					

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่า ปัจจัยภาวะผู้นำและองค์กรนวัตกรรม ไม่สามารถพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก เทศบาลตำบล p-value = .369, .091 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยความพึงพอใจในการทำงานสามารถพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานในเขต ภาคตะวันออกได้ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01 (p-value = 0.00) และสามารถเขียนเป็นสมการ Y ได้ ดังนี้ $Y = 1.805 + .750x + e$

สรุปว่า ปัจจัยความพึงพอใจในการทำงาน มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบล ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก ปัจจัยภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ไม่อิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบล ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก และปัจจัยองค์กรนวัตกรรม ไม่อิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบล ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยขออภิปรายผลเรียงตามสมมุติฐานดังนี้

1. ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบลในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก จากผลการวิจัย พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงาน ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ Judge, Thoresen, Bono, and Patton (2001) ที่ศึกษาเรื่อง The Job Satisfaction-Job Innovation Organization and Creative Leadership และพบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงาน และขัดแย้งกับ Boemer, Eisenbeiss, and Griesser (2007) ที่ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของพฤติกรรมผู้นำที่สร้างสรรค์ องค์กรนวัตกรรมและความพึงพอใจในการทำงาน ต่อพฤติกรรมผลการปฏิบัติงานขององค์กร ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างหัวหน้างาน 91 คน จากบริษัทต่างๆ จำนวน 11 แห่งในประเทศเยอรมันผลการศึกษาพบว่า ผู้นำเชิงสร้างสรรค์ มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังขัดแย้งกับ Gadot (2007) ที่ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรภาวะผู้นำการสร้างสรรค์ องค์กรนวัตกรรม นโยบายขององค์กร พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ มีอิทธิพลทางตรงกับผลการปฏิบัติงาน จากความหมายของ ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถของผู้นำในการผลักดันให้ผู้ร่วมงานร่วมกันปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุ

เป้าหมายที่ ดึงมา ด้วยการคิดต่าง คิดมิติ คิดบวก คิดเชิงสร้างและพัฒนา รวมทั้งการคิดแก้ปัญหา ซึ่งต้องใช้การติดต่อ ประสานงาน (connect) กับบุคคลต่างๆ ที่มีความคิดเห็นแตกต่างกัน เพื่อให้เกิดความสร้างสรรค์ (creativity) ที่ต่างๆ กัน (Harris , 2009 และ Adair ,2007) แต่เนื่องจากท้องถิ่นที่เป็นระดับเทศบาลตำบล จะมีการดำเนินงานตามระเบียบข้อบังคับตามที่กฎหมายกำหนดอย่างเคร่งครัด ด้วยเหตุนี้ ผู้นำของเทศบาลตำบล จึงต้องดำเนินงานต่างๆ ตามระเบียบมากกว่าที่จะใช้ความคิดสร้างสรรค์ ส่งผลให้ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ไม่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานในเทศบาลตำบล

2. องค์การนวัตกรรมมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบล ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก จากผลการวิจัย พบว่า องค์การนวัตกรรมไม่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงาน ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ Judge, Thoresen, Bono, and Patton (2001) ศึกษาเรื่อง The Job Satisfaction-Job Innovation Organization and Creative Leadership พบว่า องค์การนวัตกรรม มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังขัดแย้งกับ Boemer, Eisenbeiss, and Griesser (2007) ที่ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของพฤติกรรมผู้นำที่สร้างสรรค์ องค์การนวัตกรรมและความพึงพอใจในการทำงาน ต่อพฤติกรรมผลการปฏิบัติงานขององค์กร ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างหัวหน้างาน 91 คน จากบริษัทต่างๆ จำนวน 11 แห่งในประเทศเยอรมันผลการศึกษาพบว่า องค์การนวัตกรรม มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ยังขัดแย้งกับ Gadot (2007) ที่ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรภาวะผู้นำการสร้างสรรค์ องค์การนวัตกรรม นโยบายขององค์กร พบว่า องค์การนวัตกรรม มีอิทธิพลทางตรงกับผลการปฏิบัติงาน จากความหมายของ นวัตกรรม หมายถึง เป็นการสร้างสิ่งใหม่ๆ ที่มีการออกแบบ วางแผน และถูกสร้างขึ้น เพื่อเป็นจุดแข็งและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว (Vracking ,1990) แต่เนื่องจากการบริหารงานของเทศบาลท้องถิ่น ในระดับตำบล ไม่ค่อยมีการสร้างสิ่งใหม่ๆ ในการทำงานเพราะการทำงานต่างๆ จะยึดหลักการของกฎระเบียบมาใช้ในการปฏิบัติงานอีกทั้งองค์กรท้องถิ่น ก็ไม่ได้มีการออกแบบนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงาน ส่งผลให้องค์กรนวัตกรรมไม่มีอิทธิพลต่อการปฏิบัติงานในเทศบาลตำบล

3. ความพึงพอใจในการทำงาน มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้บริหารเทศบาลตำบล ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก จากผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจในการทำงาน มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Judge, Thoresen, Bono, and Patton (2001) ศึกษาเรื่อง The Job Satisfaction-Job Innovation Organization and Creative Leadership พบว่า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน มีอิทธิพลทางตรงต่อผลการปฏิบัติงาน และสอดคล้องกับ Boemer, Eisenbeiss, and Griesser (2007) ที่ศึกษาเรื่อง ผลกระทบของพฤติกรรมผู้นำที่สร้างสรรค์ องค์การนวัตกรรมและความพึงพอใจในการทำงาน ต่อพฤติกรรมผลการปฏิบัติงานขององค์กร ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างหัวหน้างาน 91 คน จากบริษัทต่างๆ จำนวน 11 แห่งในประเทศเยอรมันผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในการทำงาน มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของผู้ตาม จากความหมายของ ความพึงพอใจในการทำงาน หมายถึง ความรู้สึกทางบวกที่บุคคลให้คุณค่ากับสวัสดิการที่ได้รับ เป็นผลมาจาก

ความรู้ที่บุคคลนั้นประเมินการให้คุณค่ากับสวัสดิการที่ได้รับ เราไม่อาจสังเกตเห็นความพึงพอใจได้โดยตรงแต่สามารถคาดเดาได้จาก การแสดงออกและพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กร นอกจากนี้ความพึงพอใจยังเป็นผล ของความต้องการหรือความคาดหวังของบุคคลที่เกิดจากการเปรียบเทียบกับ การกระทำที่บุคคลได้รับ ตามที่ต้องการ ทำให้มีความพึงพอใจกับผลที่ได้รับนั้นๆ (Steers ,1991) จาก การบริหารงานของท้องถิ่น ระดับเทศบาลตำบล พบว่าผู้บริหารได้สร้างการยอมรับของบุคลากร และ ส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน อีกทั้งยังสร้างบรรยากาศในการทำงาน ให้พนักงานมีความรับ ความผูกพัน ในการปฏิบัติงานทำให้พนักงานทุกระดับเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติ ส่งผลให้ผลการปฏิบัติงานของท้องถิ่น ในระดับเทศบาลตำบลมีผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับดี ด้วยเหตุนี้ ความพึงพอใจในการทำงานจึงมีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ควรมีการผู้บริหารกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นตามนโยบายการส่งเสริมและสร้าง ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ให้แก่ผู้บริหารในเทศบาลตำบล
2. ผู้บริหารของกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ควรกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการที่ดี ให้แก่ผู้บริหารท้องถิ่นระดับเทศบาล
3. ผู้บริหารของกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ควรจัดให้มีการฝึกอบรมให้แก่ผู้บริหาร ระดับเทศบาลตำบล เพื่อพัฒนาทักษะและความรู้ความสามารถ ในการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

ควรให้มีการทำวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อจะได้ทราบปัญหาเชิงลึกของการดำเนินงานกิจกรรม พัฒนาชุมชนของผู้บริหารเทศบาลตำบล

บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง. (2560). ปัญหาการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล. กรุงเทพฯ: สถาบันดำรงราชานุภาพ และกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.
- ธีรยุทธ วัฒนาสุขโชค. (2549). 108 แปรนตร์แห่งองค์กรนวัตกรรม. กรุงเทพฯ: เนชั่นมัลติมีเดีย กรุ๊ป
- พรพนต ปกครอง. (2557). อิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีต่อผลการปฏิบัติงาน ผ่านตัวแปรความพึงพอใจในงาน และความผูกพันกับองค์กรของบุคลากรสำนักทะเบียนและประมวลผลการศึกษาในมหาวิทยาลัยของรัฐ. วารสารวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 9(2), 101-115.

- เมธี ไพรัชิต. (2556). การหาปัจจัยที่มีผลต่อการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานกรณีศึกษา: บริษัท สุธานี จำกัด. สารนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี.
- ศศิธร จิมากรณ. (2555). สมรรถนะหลักกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของเลขานุการสำนักงานศาลยุติธรรม. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, คณะศิลปศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยเกริก.
- อนุชา ยันตรปกรณ. (2548). การวัดผลการปฏิบัติงาน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น).
- อรรถัย กักพล. (2557). คู่คิด คู่มือ การมีส่วนร่วมของประชาชนสำหรับนักบริหารท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: จรัสสินทวงศ์การพิมพ์.
- Asquith. (1991). Reflections on the looking glass: A review of research on feedback-seeking behavior in organizations. *Journal of Management*. 29 (6), 773-799.
- Boemer, S. Eisenbeiss, S. A. & Griesser, D. (2007) . *Follower Behavior and Organizational Performance: The Impact of Transformational Leaders*. London, UK: Tavistock Publications.
- Gadot, J. (2007). *Behavior in Organizations: Understanding and Managing the Human Side of Work*. 6th ed. NJ: Prentice-Hall.
- Gilmer, V. H. (1989). *Organization: Structure, Processes, Behavior*. Dallas, Texas. Business Publications, Inc.
- Judge, A. Thoresen, C. J. Bono, E. & Patton, G. K. (2001). The Job Satisfaction-Job Performance Relationship: A Qualitative and Quantitative Review. *Journal of Applied Psychology*. 84, 107-122.

ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การกับการทำงานและคุณภาพชีวิต
การทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี
Relationship of Total Quality Management with Work Performance and
Quality of Work Life of Personnel in Productive Industrial Factories of
Bangkadi Industrial Park

ธีรวัช นกุลกิจ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความสำคัญของการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การ 2) ระดับความสำคัญของการทำงาน 3) ระดับความสำคัญของคุณภาพชีวิตการทำงาน 4) ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การกับคุณภาพชีวิตการทำงาน 5) ความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานกับคุณภาพชีวิตการทำงาน และ 6) ความสัมพันธ์ระหว่างจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การกับการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานี มีจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตทั้งหมดรวม 33 แห่ง คำนวณหาจำนวนโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต โดยใช้สูตรทาโร ยามาเน่ ได้จำนวน 18 แห่ง คำนวณขนาดตัวอย่างประชากรได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน และสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากบุคลากรฝ่ายผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต แห่งละ 22 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้วิเคราะห์ ประกอบด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

ผลการศึกษาพบว่า

1) ระดับความสำคัญของการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การโดยภาพรวม ค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{x} = 3.78$) 2) ระดับความสำคัญของการทำงานโดยภาพรวม ค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$) 3) ระดับความสำคัญของคุณภาพชีวิตการทำงาน โดยภาพรวมค่าเฉลี่ยระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$) 4) การจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานี ในระดับสูงมาก ($r = .907$, Sig < .01) 5) การทำงานมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานี ในระดับสูงมาก ($r = .910$, Sig < .01) 6) การจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การมีความสัมพันธ์กับการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานี ในระดับสูง ($r = .865$, Sig < .01)

¹ อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยปทุมธานี E-Mail: dr.dheetawat@gmail.com

คำสำคัญ : การจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร การทำงาน คุณภาพชีวิตการทำงาน

Abstract

The objective of this research were to study 1) important of total quality management, 2) important of work performance, 3) important of quality of work life, 4) the relationship between total quality management and quality of work life, 5) the relationship between work performance and quality of work life and 6) the relationship between total quality management and work performance of personnel in productive industrial factories. The population of the study were 33 productive industrial factories of Bangkadi Industrial Park. The sample size was determined by Taro Yamane, the 385 study sample were selected by purposive sampling technic form 18 productive industrial factories. The study instrument was questionnaire. Statistics used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and Pearson Product Moment Correlation.

The research results revealed that; 1) the important of total quality management as a whole was at much level ($\bar{x} = 3.78$), 2) the important of work performance as a whole was at much level ($\bar{x} = 3.76$), 3) the important of quality of work life was also at much level ($\bar{x} = 3.73$), 4) The relationship between total quality management and quality of work life were very high at statistical significance of .01 ($r = .907$, $\text{Sig} < .01$), 5) The relationship between work performance and quality of work life were also very high at statistical significance of .01 ($r = .910$, $\text{Sig} < .01$), 6) The relationship between total quality management and work performance of personnel were very high at statistical significance of .01 ($r = .865$, $\text{Sig} < .01$).

Keywords : total quality management, work performance, quality of work life

บทนำ

การพัฒนาคุณภาพ เป็นงานขั้นพื้นฐาน เป็นการกำหนดขั้นตอนการทำงานเพื่อสร้างระบบการผลิตให้สินค้ามีคุณภาพ การให้บริการที่ดี หรือทำให้กระบวนการทำงานเป็นไปอย่างมีระบบ โดยใช้ได้กับทุกสาขาวิชาชีพ สำหรับการนำแนวคิดการจัดการคุณภาพทั้งองค์กร (Total Quality Management, TQM) มาใช้ในการบริหารอย่างจริงจังนั้น ได้เริ่มตั้งแต่ปลายปี ค.ศ. 1940 เนื่องจากในปี ค.ศ. 1950 ที่เน้นการผลิต สินค้าที่มีคุณภาพดี และในปี ค.ศ. 1951 ประเทศญี่ปุ่นโดยสมาคม

นักวิทยาศาสตร์และวิศวกรแห่งประเทศไทย (Japanese Union of Scientists and Engineers : JUSE) ได้จัดทำรางวัล Deming Prize เพื่อมอบให้กับบริษัท ที่มีผลงานด้านคุณภาพที่ดีเด่นในแต่ละปี รางวัลดังกล่าวมีผลต่อการส่งเสริมการปรับปรุงคุณภาพสินค้าในญี่ปุ่นเป็นอย่างมาก จากนั้นประเทศสหรัฐอเมริกาจึงได้เล็งเห็นความสำคัญของ TQM และเริ่มกลับมาปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่องอีกครั้งหนึ่งในปี ค.ศ. 1980 และในปี ค.ศ. 1987 รัฐบาลสหรัฐอเมริกาได้มอบ รางวัลคุณภาพแห่งปีที่เรียกว่า Malcolm Baldrige Award แก่องค์กรที่มีผลงานด้านการประกันคุณภาพยอดเยี่ยม ส่วนในประเทศไทยนั้นเริ่มมีศึกษาหลัก TQM ตั้งแต่ประมาณปี 1985 (Deming, 1986, Dheeraj Mehrotra, 2007) โรงงานอุตสาหกรรมการผลิตได้นำ TQM มาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรม มีขอบเขตการดำเนินงานที่กว้างขวางในการดำเนินงานทางธุรกิจ เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้าอย่างสมบูรณ์ครบถ้วนในทุกขั้นตอน ทั้งภายในและภายนอกองค์กร (Oakland, 1993) ก่อให้เกิดพัฒนาการของอุตสาหกรรมการผลิตในระยะยาว ผลที่จะได้รับจาก TQM นั้น คือการมีสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูงขึ้น มีการกำจัดของเสีย หรือทำให้ของเสียในอุตสาหกรรมการผลิตลดลง (Zero-Waste) ซึ่งเป็นการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม มีนักวิชาการจำนวนหนึ่งได้ทำการศึกษาและกล่าวว่าการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กรว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมในองค์กร (Hoang et al., 2006; Perdomo-Ortiz, et al., 2006) ซึ่งผลการศึกษาเหล่านี้พบว่า องค์ประกอบของการจัดการคุณภาพทั้งองค์กร มีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของคนและเทคโนโลยี ช่วยสร้างวัฒนธรรมที่สนับสนุนการเกิดคุณภาพชีวิตการทำงานและนวัตกรรมในองค์กร

การศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality of Working Life) เป็นการศึกษาสภาพปัญหาที่อยู่ในองค์กร เพราะการพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงานเป็นการพัฒนาองค์กร และทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญยิ่งขององค์กร เพราะคุณภาพของคนย่อมเป็นสิ่งบ่งชี้ถึงโอกาสในการเจริญเติบโตขององค์กรนั่นเอง จึงมีการกำหนดนโยบาย แผนงานและโครงการเชิงกลยุทธ์ในการนำเทคนิคและวิธีการใหม่ๆ มาใช้โดยมุ่งหวังให้องค์การได้เปรียบการแข่งขัน (Competitive Advantage) และเพิ่มผลิตภาพ (Productivity) มีปัจจัยในการทำงานที่เหมาะสม เช่น ได้รับค่าจ้างยุติธรรม มีสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและสุขอนามัยดี เป็นต้น และการมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดี ทำให้คนมีความสุขกับงาน มีความซื่อสัตย์และรักองค์กร ทำให้คนทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นแรงจูงใจให้คนที่มีความสามารถเข้ามาทำงานในองค์กรด้วย (Kevin and Gioia, 2004)

ผู้วิจัยจึงได้ทำงานวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กรกับการทำงานและคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกระดี ซึ่งมีความสำคัญทางเศรษฐกิจของจังหวัดปทุมธานี มีจุดเด่นการในลงทุนในทรัพย์สินคุณภาพที่มีความหลากหลาย ทั้งห้องเย็น คลังสินค้า และถังเก็บสารเคมีเหลว รองรับการลงทุนของอุตสาหกรรมต่างๆ และสร้างความเชื่อมั่นต่อการลงทุนแก่ผู้ประกอบการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การ
2. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของการทำงาน
3. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของคุณภาพชีวิตการทำงาน
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การกับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานี
5. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานกับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานี
6. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การกับการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานี

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา เกี่ยวกับระดับความสำคัญของการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การ การทำงาน และคุณภาพชีวิตการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การกับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากร ความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานกับคุณภาพชีวิตการทำงาน และความสัมพันธ์ระหว่างจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การกับการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานี

ขอบเขตด้านสถานที่ โรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานี จำนวน 33 แห่ง

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล มกราคม ถึง มีนาคม 2563

กรอบแนวคิดการวิจัย

การจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การ (Total Quality Management) ผู้วิจัยได้สร้างกรอบแนวคิด โดยได้พัฒนามาจากแนวคิดของ (Sokovic et al., 2010; Harrington et al., 2012; Knowles et al., 2011) ประกอบด้วย 1) ภาวะผู้นำ 2) การวางแผนกลยุทธ์ 3) การมุ่งเน้นลูกค้า 4) สารสนเทศ และการจัดการความรู้ 5) การมุ่งเน้นบุคลากร และ 6) การจัดการกระบวนการ

ปัจจัยการทำงาน (Factors working) พัฒนามาจากแนวคิดของ (Wagner and Hollenbeck, 2005; Robbins, 2003) ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) ลักษณะงานที่ปฏิบัติ 2) การรับรู้ข่าวสาร 3) การบังคับบัญชา 4) สัมพันธภาพกับเพื่อนร่วมงาน และ 5) สภาพแวดล้อมการทำงาน

คุณภาพชีวิตการทำงาน (Quality of Work Life) พัฒนามาจากแนวคิดของ (Huse, & Cummings, 2001; Lewin, 1981; Cascio, 2013) มีองค์ประกอบ ดังนี้ 1) ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม 2) ด้านความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ 3) ความสมดุลของชีวิตกับการ

ทำงาน 4) ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน 5) ด้านการมีส่วนร่วมในงาน 6) ด้านความภูมิใจในองค์กร และ 7) ด้านผลประโยชน์ทางสังคม

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ บุคลากรที่เป็นผู้บริหารและพนักงานที่ทำงานฝ่ายผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานี จำนวนโรงงานทั้งสิ้น 33 แห่ง (อุตสาหกรรม จังหวัดปทุมธานี (สนง.). (2563). กลุ่มตัวอย่าง คำนวณหากกลุ่มตัวอย่างบุคลากรที่ทำงานฝ่ายผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต โดยใช้สูตรทาโร ยามาเน ได้โรงงานฯ ทั้งหมด 18 แห่ง โดยคำนวณขนาดตัวอย่างตามสูตรของ Cochran W.G. (1953) ซึ่งเป็นวิธีคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากกลุ่มตัวอย่างบุคลากรที่ทำงานฝ่ายผลิตในโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต 18 แห่ง แห่งละ 22 คน

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม เกี่ยวกับการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร การทำงาน และคุณภาพชีวิตการทำงาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 1) การวิเคราะห์ ลักษณะส่วนบุคคล หาค่าความถี่ และค่าร้อยละ 2) การวิเคราะห์ จัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร การทำงาน และคุณภาพชีวิตการทำงาน หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 3) การวิเคราะห์ข้อมูลด้านการทดสอบการความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม ใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ตามวิธีของเพียร์สัน

สรุปผลการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามด้าน เพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีจำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 25 ปี มีจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 36.1 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 33.2 ประสบการณ์การทำงานส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงาน 1-5 ปี จำนวน 185 คนคิดเป็นร้อยละ 48.1 สถานภาพการจ้างงาน ส่วนใหญ่เป็นพนักงานประจำ มีจำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 62.6 ตำแหน่งงาน ส่วนใหญ่เป็นพนักงานมีจำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 83.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,000-20,000 บาท

2. การจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญ การจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กรโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.78$, S.D. = .495) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการมุ่งเน้นลูกค้า ($\bar{x} = 3.92$, S.D. = .691) มีระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร ($\bar{x} = 3.84$, S.D. = .568) ด้านภาวะผู้นำ ($\bar{x} = 3.79$, S.D. = .610) ด้านสารสนเทศ และการจัดการความรู้ ($\bar{x} = 3.77$, S.D. = .642) ด้านการวางแผนกลยุทธ์ ค่าเฉลี่ย 3.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.682 และด้านการจัดการกระบวนการ ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 0.733) ตามลำดับ

3. ด้านการทำงาน ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของด้านการทำงาน ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.76$, S.D. = .496) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการบังคับบัญชา ($\bar{x} = 3.98$, S.D. = .599) รองลงมาคือ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ ($\bar{x} = 3.92$, S.D. = .694) สภาพแวดล้อมการทำงาน ($\bar{x} = 3.72$, S.D. = .563) ด้านการรับรู้ข่าวสาร ($\bar{x} = 3.64$, S.D. = .659) และ ด้านสัมพันธภาพระหว่างเพื่อนร่วมงาน ($\bar{x} = 3.54$, S.D. = .749) ตามลำดับ

4. คุณภาพชีวิตการทำงาน ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของคุณภาพชีวิตการทำงาน ค่าเฉลี่ยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$, S.D. = .526) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ($\bar{x} = 3.83$, S.D. = .568) มีระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมในงาน ($\bar{x} = 3.77$, S.D. = .626) ด้านผลประโยชน์ทางสังคม ($\bar{x} = 3.75$, S.D. = .666) ด้านความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ($\bar{x} = 3.74$, S.D. = .627) ด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ($\bar{x} = 3.69$, S.D. = .585) และ ด้านความสมดุลในชีวิตงานและครอบครัว ($\bar{x} = 3.60$, S.D. = .671) ตามลำดับ

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กรกับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานี ในระดับสูงมาก ($r = .907$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐาน

6. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานกับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานี ในระดับสูงมาก ($r = .910$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐาน

7. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กรกับการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานี การจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กรมีความสัมพันธ์กับการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานี ในระดับสูง ($r = .865$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เป็นไปตามสมมติฐาน

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กรโดยภาพรวม ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า มีระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมา คือ ด้านการมุ่งเน้นบุคลากร ด้านภาวะผู้นำ ด้านสารสนเทศและการจัดการความรู้ ด้านการวางแผนกลยุทธ์ และด้านการจัดการกระบวนการ สอดคล้องกับการศึกษาของ รดามณี พัลลชนกนาถ และคณะ (2555) ศึกษาการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร ในด้านที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์โดยภาพรวมทุกองค์ประกอบอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.26

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของการทำงานโดยภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการบังคับบัญชา มีระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมา คือ ด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติ สอดคล้องกับการศึกษาของ นกสร อินสมตัวและภัครดา ฉายอรุณ (2560) ปัจจัยด้านการทำงานของบุคลากรโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = .446)

2) ความคาดหวังในคุณภาพชีวิตการทำงาน โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D. = .493)

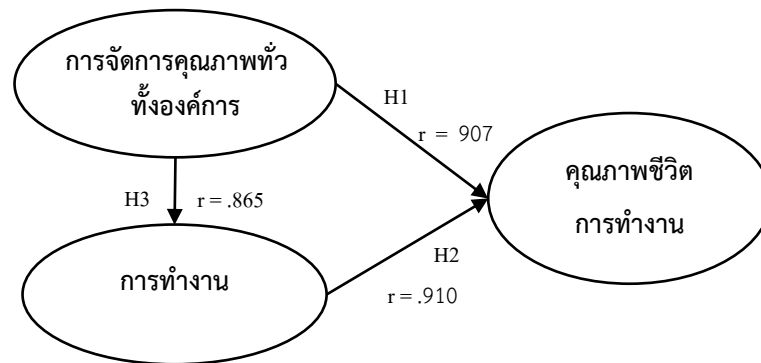
3. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของคุณภาพชีวิตการทำงาน โดยภาพรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรมมีระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมา คือด้านการมีส่วนร่วมในงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐพร ฉายประเสริฐ (2558) คุณภาพชีวิตการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม ในจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพชีวิตการทำงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$)

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กรกับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานีในระดับสูงมาก ($r = .907$, Sig < .01) สอดคล้องกับการวิจัยของ Ooi et al. (2011) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร กับคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานที่ทำงานภายในบริษัทผู้ผลิตในมาเลเซีย การวิจัยดำเนินการสร้างกรอบความคิดเกี่ยวกับปัจจัย การจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร เพื่อปรับปรุง คุณภาพชีวิตการทำงาน ของพนักงานฝ่ายผลิต และการค้นพบเชิงประจักษ์ชี้ให้เห็นว่าผู้บริหารระดับสูงการสนับสนุนการจัดการกระบวนการข้อมูลและการวิเคราะห์ และการมุ่งเน้นลูกค้าสามารถนำไปสู่ระดับคุณภาพชีวิตการทำงานในหมู่พนักงานสูงขึ้น การจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กร พบว่าเป็นไปในทางบวกและมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับชีวิตการทำงานของพนักงานคุณภาพ

5. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานกับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานี ในระดับสูงมาก ($r = .910$, Sig < .01) สอดคล้องกับการวิจัยของ Karia and Asaari (2006) ศึกษาผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานที่เกี่ยวข้องกับข้อเสนอแนะของลูกค้าและใช้ข้อร้องเรียนมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการ โดยผ่านผู้บริหารให้สนับสนุนที่แข็งแกร่งในการเพิ่มระดับความพึงพอใจของลูกค้า ทำให้พนักงานจะมีแรงบันดาลใจ ในการให้บริการลูกค้าได้ดียิ่งขึ้นซึ่งเป็นการเพิ่มระดับคุณภาพชีวิตการทำงาน และสอดคล้องกับการศึกษาของ นกสร อินสมตัวและภัครดา ฉายอรุณ (2560) ศึกษาปัจจัยด้านการทำงานของบุคลากรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับความคาดหวังในคุณภาพชีวิตการทำงาน ทั้งในภาพรวมและรายด้านทุกด้านอย่างมีนัยสำคัญ

6. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์กรกับการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานี การจัดการ

คุณภาพทั่วทั้งองค์การมีความสัมพันธ์กับการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานี ในระดับสูง ($r = .865$, $\text{Sig} < .01$) สอดคล้องกับการวิจัยของ Zehir and Sadikoglu (2012) การวิจัยเกี่ยวกับความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่าง การปฏิบัติงานตามแนวคิดของ การจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การ กับผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจที่ได้รับการรับรอง มาตรฐานคุณภาพ ISO9000:2000 ในประเทศตุรกี พบว่า มีความสัมพันธ์ทั้งระหว่างการปฏิบัติงานต่างๆ และระหว่างการปฏิบัติงานกับผลการดำเนินการขององค์กร



ภาพประกอบที่ 1

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

1) การจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การ บุคลากรให้ความสำคัญสูงสุดคือ การมุ่งเน้นลูกค้า และการมุ่งเน้นบุคลากร ดังนั้นสิ่งสำคัญคือ โรงงานควรดำเนินการต่อไปอย่างต่อเนื่อง และเสนอแนะให้ พัฒนาภาวะผู้นำของผู้บริหารและระบบสารสนเทศและการจัดการความรู้ เพื่อให้มีความพร้อมด้านข้อมูลสำหรับบุคลากร

2) ด้านการทำงาน บุคลากรให้ความสำคัญสูงสุดกับการบังคับบัญชา และด้านลักษณะงานที่ปฏิบัติงาน ดังนั้นโรงงานจึงควรพัฒนาให้ผู้บังคับบัญชามีความรู้ความสามารถและมอบหมายงานที่ตรงกับความรู้ความชำนาญของบุคลากร

3) คุณภาพชีวิตการทำงาน บุคลากรให้ความสำคัญสูงสุดกับ ค่าตอบแทนที่เพียงพอและ ยุติธรรม และการมีส่วนร่วมในงาน พบว่าโรงงานส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเช่นเดียวกับ สิ่งที่ต้องปรับปรุง ส่งเสริมการสร้างผลประโยชน์ทางสังคม และด้านความสมดุลในชีวิตงานและครอบครัว

4) การทำงานมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรม การผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานี ในระดับสูงมาก การทำงานในลักษณะงานที่ปฏิบัติเหมาะสมกับความรู้ความสามารถและให้อำนาจในการตัดสินใจ จะมีความสำคัญต่อความสำเร็จสูง

5) การจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การมีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรในระดับสูงมาก ดังนั้นเสนอแนะให้โรงงานให้ความสำคัญกับลูกค้า บุคลากรมีหัวหน้างานที่ใช้ภาวะผู้นำเหมาะสม ให้ค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม จะทำให้เกิดคุณภาพทั่วทั้งองค์การได้

6) จัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การมีความสัมพันธ์กับการทำงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตในสวนอุตสาหกรรมบางกะดี จังหวัดปทุมธานี ในระดับสูง ดังนั้นเสนอแนะให้ปรับปรุงการทำงานของบุคลากรให้มีสภาพแวดล้อมการทำงานดี และมีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน ทำให้ประสบความสำเร็จในการจัดการคุณภาพทั่วทั้งองค์การ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ศึกษาประชากรที่ทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมการผลิตจากนิคมอุตสาหกรรมอื่นๆ จังหวัดปทุมธานีเพิ่มขึ้น

บรรณานุกรม

- ณัฐพร ฉายประเสริฐ. (2558). คุณภาพชีวิตการทำงานส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม ในจังหวัดปทุมธานี. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 2 (2), 51-64.
- นภสร อินสมตัวและภัครดา ฉายอรุณ. (2560). ความคาดหวังในคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์วิทยาเขตกำแพงแสน เมื่อเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับ ของรัฐบาล. *วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 28(3). 136-147.
- รดาณิ พัลลชนกนาถ ทิพย์รัตน์ เลาหวิเชียร สวัสดิ์ วรรณรัตน์. (2555). การบริหารคุณภาพทั่วทั้งองค์การในด้านที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ และความพึงพอใจในงานของพนักงานกรณีศึกษา บริษัท สี่มาเทคโนโลยี จำกัด. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 39(154). 62-104.
- อุตสาหกรรม จังหวัดปทุมธานี (สนง.). (2563). *ทำเนียบโรงงาน. ทำเนียบโรงงาน กระทรวงอุตสาหกรรม* มีนาคม. 2563.
- Casio, W. F. (2013). *Managing human resources*. (9th ed.). New York: McGraw-Hill Irwin.
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Deming, W. Edwards (1986). *Out of the Crisis*. MIT Press.
- Dheeraj Mehrotra. (2007). *Applying Total Quality Management in Academics* (online).
- Harrington, H. J., Voehl, F., & Wiggin, H. (2012). Applying TQM to the construction industry. *The TQM Journal*, 24(4). 352-362.

- Hoang, D. T., Barbara, I., & Laosirihongthong, T. (2006). The impact of total quality Management on innovation. **The International Journal of Quality & Reliability Management**, 23(9). 1092-1117.
- Huse, E.F., & Cummings, T.G. (2001). **Organization development and change**. (7th ed). Australia: South – Western College Publishing.
- Karia, N. and Asaari, M.H. (2006). The Effects of Total Quality Management Practices on Employees' Work-Related Attitudes. **The TQM Magazine**, 18, 30-43.
- Kevin G. C. and Gioia D. A.. (2004). Identity Ambiguity and Change in the Wake of a Corporate Spin-Off. **Source: Administrative Science Quarterly**, 49(2), 173-208.
- Knowles, M. S., Holton, E. F., & Swanson, R. A. (2011). **The adult learner: The definitive classic in adult education and human resource development** (7th ed.). New York: Elsevier Inc.
- Lewin, D. (1981). **Collectivity bargaining and the quality of work life**. *Organizational Dynamics*. (Autumn): 47-51.
- Ooi, K.-B., Lee, V.-H., Chong, A. Y.-L., & Lin, B. (2011). Does TQM improve employees' quality of work life? Empirical evidence from Malaysia's manufacturing firms. **Production Planning & Control**, 24(1), 72–89.
- Perdomo-Ortiz, J., González-Benito, J., & Galende, J. (2009). The intervening effect of business innovation capability on the relationship between Total Quality Management and technological innovation. **International Journal of production Research**, 47(18), 5087.
- Sokovic, M., et al. (2010). Quality Improvement Methodologies -PDCA Cycle, RADAR Matrix, DMAIC and DFSS. **Journal of Achievements in Materials and Manufacturing Engineering**, 43(1), 476-483.
- Robbins, Stephen P. (2003). **Organizational Behavior**. 10th ed. New Jersey: Prentice- Hall.
- Wagner, J. A. and Hollenbeck, J. R. (2005). **Organizational Behavior: Securing Competitive Advantage**. 5th ed. Ohio: Thomson South-Western.
- Zehir, C., and Sadikoglu, E. (2012). Relationships among Total Quality Management Practices: An Empirical Study in Turkish Industry. **International Journal of Performability Engineering**, 8(6), 667.

เครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจ

พอเพียง กรณีศึกษา อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ

Network for Government Cooperation to Strong Communities under the Sufficiency Economy Philosophy: Case study of Ban Thaen District Chaiyaphum Province

อภิชาติ ดวงธิดา¹ ธวัชรัตน์ เขตจัตุรัส¹ ดิเรก ถึงฝั่ง¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษา อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อ 1) ศึกษาบริบทของอำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ ต่อเรื่องเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 2) ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาอุปสรรคต่อเรื่องเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 3) ศึกษาแนวทางการจัดการเรื่องเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยการศึกษาเอกสาร สัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า ในส่วนบริบทของอำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ ต่อเรื่องเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เกิดจาก 1) การจัดการเครือข่ายความรู้และการเรียนรู้ของชุมชนท้องถิ่น 2) การเพิ่มศักยภาพขององค์กรชุมชนท้องถิ่น 3) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมทุกมิติ 4) การสร้างภาคีเครือข่ายความร่วมมือทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน ส่วนปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาอุปสรรคต่อการเพิ่มขีดความสามารถชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 1) ขาดจิตสำนึกเพื่อประโยชน์ส่วนรวม จิตสาธารณะ 2) ขาดการสนับสนุนในด้านระบบฐานข้อมูลข่าวสาร 3) ขาดการสนับสนุนในด้านระบบความสัมพันธ์และความเอื้ออาทร (4) ขาดการสนับสนุนในการถ่ายทอดความรู้และการจัดการความรู้ ส่วนแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ 1)การจัดตั้งศูนย์เครือข่ายแหล่งเรียนรู้ชุมชน 2) แนวทางด้านการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง 3) แนวทางด้านการดำรงอยู่อย่างมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน (4) แนวทางด้านการปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม

คำสำคัญ : เครือข่ายความร่วมมือภาครัฐ ความเข้มแข็งของชุมชน ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

¹ (อาจารย์ ดร.) อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์และรัฐศาสตร์ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

Abstract

The purposes of the research are 1. To study the normal of Ban Thaen District Chaiyaphom Province. concerning with network for government cooperation to strengthening community using the sufficiency economy philosophy 2. To study its problems 3. To study how to strengthen the community. This is the qualitative research based on written documents, interview, group discussion and observation. The result revealed that 1. The normal of Nong Kham Subdistrict Administrative Organization Kaengkro District Chaiyaphom Province was knowledge management and learning of the community, promotion of participation, and undertaken to increase the capacity of community organizations,. 2. Its problems were lack of consciousness for the common good and public mind, information village systems, and relation systems, the supportive system for community strengthening were knowledge. 3. The processes to achieve on community strength and stability should be establishment of a learning center network, the adaptation of community, and strategy for continuing the existence of the community, rehabilitation of community.

Keywords: Government cooperation network, Community empowerment, Community strength, Philosophy of sufficiency economy.

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของโลกในปัจจุบัน ส่งผลให้ประเทศไทยต้องเผชิญกับความท้าทายจากรอบด้านทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องตามแนวทางการพัฒนาแบบประเทศในแถบตะวันตกตามกระแสหลัก ส่งผลให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือยและไม่เป็นธรรม อธิปไตยในการจัดการทรัพยากรของประเทศสูญหายไป การละทิ้งภูมิปัญญาและเทคโนโลยีดั้งเดิม ละเลยการพัฒนาชุมชนชนบท เกิดความเสื่อมโทรมอย่างต่อเนื่องของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การขาดความเป็นธรรมในการเข้าถึงและใช้ทรัพยากร การบริโภคเกินความสามารถที่จะรองรับได้ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และศีลธรรมของสังคมเสื่อมลง ซึ่งไม่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ทั้งในแง่ระบบคิด และวิถีชีวิตของชุมชน เป็นภาพสะท้อนความจริงให้เห็นถึงการพัฒนาที่ขาดความสมดุลอย่างรุนแรง (พลเดช ปิ่นประทีป, 2542 : 1) กลายเป็นสังคมการบริโภค มุ่งความเจริญเติบโตทางด้านวัตถุเป็นหลัก (อุกฤษฏ์ ปัทมานันท์, 2546 : 3-4) เป็นการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมมากเกินไป โดยลืมนึกว่าประเทศไทยมีพื้นฐานเป็นประเทศเกษตรกรรม การผลิตในภาคอุตสาหกรรมจึงมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ภาคเกษตรกรรมลดลงอย่าง

ต่อเนื่อง ก่อให้เกิดการสะสมทุนอุตสาหกรรมโดยการดูดซับมูลค่าส่วนเกินจากภาคเกษตร คือ การแลกเปลี่ยนที่ไม่เสมอภาคและแรงงานจากภาคเกษตรจะเคลื่อนย้ายสู่ภาคอุตสาหกรรม (ณรงค์ เพชรประเสริฐ, 2550 : 14)

การพัฒนาประเทศไทยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) อยู่ในห้วงเวลาของการปฏิรูปประเทศเพื่อแก้ปัญหาพื้นฐานหลายด้านที่สั่งสมมานาน ท่ามกลางสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วและเชื่อมโยงกันใกล้ชิดมากขึ้น การแข่งขันด้านเศรษฐกิจจะเข้มข้นมากขึ้นสังคมโลกจะมีความเชื่อมโยงใกล้ชิดกันมากขึ้นเป็นสภาพไร้พรมแดน การพัฒนาเทคโนโลยีจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและจะกระทบชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมและการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างมาก ขณะที่ประเทศไทยมีข้อจำกัดของปัจจัยพื้นฐานเชิงยุทธศาสตร์เกือบทุกด้านและจะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาที่ชัดเจน (Office of the National Economic and Social Development Board, 2016)

การพัฒนาทางเลือกจึงเริ่มก่อตัวขึ้นเพื่อรองรับผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจกระแสหลัก โดยเริ่มมีขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ซึ่งหนึ่งในแนวคิดการพัฒนาที่เป็นทางเลือกและทางรอดใหม่ของสังคมไทยก็คือ “หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ซึ่งภาครัฐได้น้อมนำแนวคิดการพัฒนาจากพระอัจฉริยภาพของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ไปกำหนดเป็นนโยบายในการพัฒนาประเทศให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจชุมชนตามวิถีชีวิตของชุมชนในแต่ละพื้นที่ โดยยึดหลักการดำเนินไปบนทางสายกลาง และการพัฒนาบุคคลบนฐานของความรู้ และคุณธรรม โดยแนวทางที่พระราชทานไว้นี้ได้พิสูจน์แล้วว่าสามารถทำให้พสกนิกรในบางพื้นที่ที่มีศักยภาพพร้อมดำรงชีวิตได้อย่างมั่นคงยั่งยืน แต่ในทางปฏิบัติ ผู้ที่เกี่ยวข้องจะเน้นการสั่งการจากเบื้องบนลงสู่เบื้องล่าง ประชาชนไม่มีโอกาสได้คิดหรือทำอะไรด้วยตนเอง แต่เป็นคำสั่งที่มาจากนโยบายของรัฐบาล โดยไม่ได้คำนึงถึงความต้องการที่แท้จริงของชุมชนและความแตกต่างของบริบทที่หลากหลายในแต่ละพื้นที่ ทำให้การพัฒนาประเทศประสบกับปัญหาช่องว่างและความเหลื่อมล้ำระหว่างรายได้ เกิดความแตกต่างระหว่างเมืองและชนบทอย่างเห็นได้ชัด ก่อให้เกิดปัญหาการอพยพย้ายถิ่น แรงงานเคลื่อนย้ายเข้าสู่ภาคอุตสาหกรรม ปล่อยคนแก่และเด็กอยู่กันตามลำพัง (วิรัช วิรัชนิภาวรรณ, 2550 : 44) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องเข้ามามีบทบาทในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา ประชาชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมทุกมิติ ภาครัฐจะต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็ว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยจัดการให้ประชาชนได้เห็นถึงสภาพแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่นของตน เห็นถึงทุนของท้องถิ่นตน เห็นคุณและโทษของการพัฒนาตามกระแสหลัก และน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของท้องถิ่นตนเอง ผ่านกระบวนการจัดการภาครัฐ กระบวนการการเรียนรู้ การมีส่วนร่วม อันนำไปสู่ความเข้มแข็งและความสุขอย่างมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน (เสรี พงศ์พิศ, 2554 : 1)

อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ เป็นองค์การภาครัฐที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและมีความพร้อมที่จะร่วมมือเป็นหนึ่งในเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ให้ชุมชนท้องถิ่นมีความเข้มแข็งพึ่งตนเองได้

ดังนั้น ผู้วิจัยต้องการศึกษาบริบทขององค์การภาครัฐภาคีเครือข่ายในสถานการณ์ปัจจุบัน ศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาอุปสรรค และศึกษาแนวทางการจัดการเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษา อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งสามารถนำผลการศึกษามาประยุกต์ใช้ในการสร้างความเข้มแข็งให้เกิดแก่ชุมชน และทำให้ชุมชนมีความสุขอย่างยั่งยืนตลอดไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทของอำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ ต่อการจัดการเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาอุปสรรคต่อการจัดการเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษา อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษา อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดในการจัดการเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษา อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิโดยมองในบริบทความเป็นอยู่ในปัจจุบัน ปัจจัยที่ก่อให้เกิดปัญหาและอุปสรรค และแนวทางการจัดการเรื่องศาสตร์พระราชากับการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน โดยผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร ตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง นำมาสรุปได้ดังนี้

1. แนวคิดการจัดการเครือข่ายความร่วมมือ คือ การดำเนินงานร่วมกันจนบรรลุประสิทธิผลตามขีดความสามารถในการประสานความร่วมมือของตัวแสดงที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งนี้องค์ภาคีแต่ละฝ่าย ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านบุคลากรผู้ขับเคลื่อนที่มีทักษะความสามารถในการเจรจาหรือกับทุกฝ่ายให้เกิดความเห็นพ้องต้องกันได้อย่างราบรื่น การลดจนการมียุทธศาสตร์และกระบวนการทำงานภายในองค์กรที่สอดคล้องและเอื้ออำนวยให้การดำเนินกิจกรรม ภายใต้การประสานความร่วมมือกับองค์กรภาคีอื่นๆ ดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ แบ่งออกเป็น 2 ระดับคือ 1) ขีดความสามารถในการประสานความร่วมมือระดับตัวบุคคลและ 2) ขีดความสามารถในการประสานความร่วมมือขององค์กร

2. แนวคิดการจัดการภาครัฐ คือ แนวทางการบริหารที่ให้ความสำคัญกับความเป็นพลเมืองที่มีทั้งสิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบ และเรียกร้องให้ข้าราชการต้องรับใช้พลเมือง โดยต้องคิดเสมอว่าพลเมืองคือเจ้าของประเทศ เน้นให้ข้าราชการต้องให้ความสำคัญกับผลประโยชน์ของพลเมืองเป็นลำดับแรก และต้องให้พลเมืองมีส่วนร่วมในการบริหารหรือและร่วมรับผิดชอบ

3. แนวคิดทฤษฎีการพัฒนากระแสหลัก คือ การพัฒนาไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกาภิวัตน์ เป็นการพัฒนาที่ไม่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ ก่อให้เกิดปัญหาต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การเมือง และที่สำคัญที่สุดคือศีลธรรม จริยธรรม การใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือย เป็นการพัฒนาที่ไม่ยั่งยืน

4. แนวคิดเกี่ยวกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ ปรัชญาในการดำเนินชีวิต เพื่อให้สามารถปรับตัวรับการเปลี่ยนแปลงต่อสถานการณ์โลกในปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มุ่งเน้นการพึ่งตนเองโดยยึดหลักความพอประมาณ ความมีเหตุผล มีภูมิคุ้มกันในตัวที่ดี บนเงื่อนไขการมีความรู้คู่คุณธรรม ซึ่งจะนำไปสู่ชีวิตที่สมดุล มั่นคงและยั่งยืน เป็นกระแสการพัฒนาทางเลือกรายหนึ่งที่เหมาะสมกับสังคมไทย

5. แนวคิดชุมชนเข้มแข็ง คือ การสร้างชุมชนเข้มแข็งให้มีความเป็นอยู่ที่ดี มีสภาพเศรษฐกิจที่ไม่เป็นหนี้เป็นสิน และอยู่อย่างพึ่งพาตนเองได้ รวมถึงการพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันสำหรับสมาชิกในชุมชน แนวทางหนึ่งคือการน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นหลักในการดำรงชีวิต

6. แนวคิดการพัฒนาชุมชนให้เข้มแข็งและยั่งยืน คือ ทุกภาคส่วนต้องทำให้เกิดความสมดุลและการเชื่อมโยงระหว่างมิติทางด้านเศรษฐกิจ มิติทางด้านสังคม มิติทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มิติทางด้านการเมืองการปกครอง และที่สำคัญคือ คนในชุมชนจะต้องมีสติ ไม่มีความโลภ ไม่มีกิเลสตัณหา ใช้สติในการดำเนินชีวิตอย่างรอบคอบท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงทางสังคม

7. แนวคิดชุมชนมีความสุข คือ การนำไปสู่ความอยู่เย็นเป็นสุขก็คือการจำกัดความยากจน การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปรับใช้ ทั้งความเหมาะสมพอควร ความมีเหตุมีผล ความมีภูมิคุ้มกัน ความมีจิตสาธารณะ ความรู้รักสามัคคี และมีจิตสาธารณะ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยเน้นการศึกษาที่เน้นสองแนวทางหลักคือการศึกษจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง (Documentary Study) และการวิจัยภาคสนาม (Field Research) โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลเอกสาร (Documentary Study) เป็นการศึกษาผ่านการรวบรวมเอกสารและข้อมูลต่างๆ ทั้งในเชิงปฐมภูมิ (primary source) และทุติยภูมิ (secondary source) ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องศาสตร์พระราชากับการสร้างชุมชน โดยการรวบรวมและประมวลผลเพื่อจัดทำเป็นรายงานการวิจัย

2. การศึกษาข้อมูลภาคสนาม (Field Study) ดำเนินการศึกษาและค้นคว้าข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่โดยวิธีการต่างๆ เช่น การสัมภาษณ์ประธานหรือผู้ก่อตั้งกลุ่มในชุมชนพื้นที่ และส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในกลุ่มเป้าหมาย (focus group) และการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อระดมสมอง (brain storming) และรับฟังความคิดเห็นจากชุมชนท้องถิ่นพร้อมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับบริบทของชุมชนในพื้นที่ ปัจจัยที่เป็นปัญหาและอุปสรรค และแนวทางในการแก้ไขปรับปรุงแก้ไขให้ชุมชนเข้มแข็งและยั่งยืน

สรุปผลการวิจัย

1. บริบทของอำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ ต่อแนวทางการจัดการเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษา อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ ในปัจจุบัน พบว่า

.1 การจัดการความรู้และการเรียนรู้ของชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริมให้มีการศึกษาดูงาน โดยการสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้และขยายเครือข่ายการเรียนรู้ของประชาชนและชุมชนในชนบท และการเสริมสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของท้องถิ่นและชุมชนในการเรียนรู้และการทำงานร่วมกันทำให้เกิดระบบที่ดี มีความโปร่งใส ไร้ทุจริต ปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงกระแสหลัก และรู้จักปรับตัวอย่างชาญฉลาด เลือกให้ในสิ่งที่เป็ประโยชน์อย่างเหมาะสมกับบริบทของชุมชน และคงไว้ซึ่งสิ่งดีๆ โดยการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ให้เหมาะสมอย่างมีปัญญา กล้าหาญ และเพียรทน โดยทำให้เกิดการอยู่รอด พอเพียง และยั่งยืน สร้างจิตสำนึกและความตระหนักของชุมชนในคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีต่อวิถีชีวิตชุมชน ให้ความรู้แก่ชุมชนในการจัดทำแผน 4 แผน

1.2 เพิ่มศักยภาพขององค์กรชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ การสนับสนุนให้เกิดผู้นำที่มีคุณภาพ ซื่อสัตย์ สุจริต มีธรรมาภิบาล มีแนวคิดระเบิดจากข้างใน แก้ปัญหาที่จุดเล็กๆ ก่อน โดยทำตามลำดับขั้น ยึดหลักภูมิสังคม การสนับสนุนแหล่งเงินทุนสำหรับการพัฒนาชุมชน ส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็งด้านเศรษฐกิจขององค์กรชุมชน ส่งเสริมความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนด้านสังคมคุณภาพชีวิต พัฒนาการรวมกลุ่มกิจกรรมทางเศรษฐกิจเชื่อมโยงพื้นที่ชนบทและเมือง ส่งเสริมการร่วมลงทุนระหว่างเครือข่ายองค์กรชุมชนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ ส่งเสริมให้เกิดวิสาหกิจชุมชน เศรษฐกิจชุมชน เศรษฐกิจฐานราก เศรษฐกิจวัฒนธรรมและภูมิปัญญา

1.3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทุกมิติ โดยการสนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการค้นหาปัญหาและความต้องการตลอดทั้งทุนของชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน ร่วมกันจัดเวทีชุมชนอย่างมีส่วนร่วม กำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจของชุมชน จัดทำแผนแม่บทของชุมชน ส่งเสริมบทบาทของครอบครัวและชุมชนในการจัดบริการสังคม สนับสนุนองค์กรเอกชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา พัฒนาระบบการชุมชนเข้มแข็งให้เกิดพลังของคนในชุมชน ร่วมคิด

ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมพัฒนา ร่วมแก้ไขปัญหา สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมการรวมตัวของคนในชุมชนในการทำกิจกรรมเพื่อส่วนรวม

1.4 สร้างภาคีเครือข่ายความร่วมมือทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน บริบทของชุมชน และการก่อกำเนิดชุมชน ได้แก่องค์กรชุมชนในรูปคณะกรรมการหมู่บ้าน มีการมาอบรมให้ความรู้ เป็นพี่เลี้ยง ให้ทุนกับองค์กรชุมชนบางส่วน หรือประสานงานในการขอทุนให้กับชุมชน โดยมีผู้นำชุมชน และสมาชิกของชุมชนเป็นผู้เรียนรู้ ส่งผลให้ชุมชนมีความตื่นตัว ศึกษาข้อมูลอย่างเป็นระบบ และพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชนอย่างมีส่วนร่วมแบบองค์รวม

2. ปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาอุปสรรคต่อการจัดการเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษา อำเภอบ้านแพ้น จังหวัดชัยภูมิ

2.1 ขาดจิตสำนึกเพื่อประโยชน์ส่วนรวม จิตสาธารณะ ซึ่งประกอบไปด้วย การมีส่วนร่วม การยึดถือประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก ความเสียสละ การมีจิตอาสาและจิตสาธารณะ

2.2 ขาดการสนับสนุนในด้านระบบฐานข้อมูลข่าวสาร ที่เป็นข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจ การวางแผน และการดำเนินกิจกรรมในชุมชน ที่มีการจัดเก็บและค้นหาอย่างเป็นระบบ ขาดการจัดทำประวัติชุมชน แผนที่เดินดิน ผังเครือญาติ ปราชญ์ชาวบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทุนทางธรรมชาติ ทุนทางภูมิปัญญาและศาสนา ทุนทางวัฒนธรรม และข้อมูลด้านแหล่งเรียนรู้และเครือข่ายเรียนรู้เพื่อเป็นฐานข้อมูลของชุมชน ที่ชุมชนสามารถเข้าถึงได้และใช้ประโยชน์ในการพัฒนาได้โดยตรงตามความต้องการของชุมชน

2.3 ขาดการสนับสนุนในระบบความสัมพันธ์และความเอื้ออาทร ซึ่งประกอบด้วย ความสัมพันธ์ภายในชุมชนที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ด้วยกันเองในเชิงอำนาจ การพึ่งพาพึ่งพิงกันในชุมชน ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ความเอื้ออาทรกัน ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม ระบบทางกายภาพและสิ่งมีชีวิต สิ่งที่มีอำนาจเหนือมนุษย์ เหนือธรรมชาติ ซึ่งปรากฏในรูปของ ความคิดความเชื่อและพิธีกรรม และระบบความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับโลกภายนอก ชุมชนต้องมีระบบความสัมพันธ์กับโลกภายนอก ในด้านการซื้อขาย การแลกเปลี่ยนสินค้า ผลิตภัณฑ์ การช่วยเหลือ ในรูปของเครือข่ายหรือการรวมกลุ่ม รวมถึงบุคคลหรือองค์กรที่มีบทบาทกับการพัฒนาชุมชน

2.4 ขาดการสนับสนุนในการจัดการความรู้และการถ่ายทอดความรู้ ในด้านการประกอบอาชีพ การบริหารจัดการ ประเพณีวัฒนธรรม ภูมิปัญญา โดยผสมผสานระหว่างความรู้ใหม่กับความรู้เก่า ซึ่งรวมถึงเทคโนโลยีใหม่ คือการขาดการสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจชุมชน เศรษฐกิจวัฒนธรรม การสร้างนวัตกรรมใหม่ การสร้างเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกชุมชน การบูรณาการระหว่างกองทุนและงบประมาณ การสร้างจิตสำนึกตระหนักรู้ จิตสาธารณะและจิตอาสา การสร้างงานสร้างรายได้ในชุมชน การค้นหาศักยภาพและปัญหาที่แท้จริงชุมชน การสร้างภาวะผู้นำ การบริหารงบประมาณแบบบูรณาการ การขาดผู้สืบทอดผู้ทำพิธีกรรมต่างๆ การขาดจิตสำนึกในการดูแลรักษาและหวงแหน การใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือยไม่เป็นธรรม การละทิ้งภูมิปัญญาท้องถิ่นและ

เทคโนโลยีดั้งเดิม การหลั่งลุ่มชุมชนชนบท การขาดแหล่งเรียนรู้ทางด้านภูมิปัญญา การขาดความตระหนักอย่างแท้จริงต่อการเปลี่ยนแปลงตามแนวทางการพัฒนากระแสหลัก ขาดการปรับใช้แนวทางศาสตร์พระราชาด้านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้เหมาะสมตามบริบทของชุมชนในพื้นที่

3. แนวทางการจัดการการจัดการเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชน ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษา อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ

3.1 การสร้างเครือข่ายแหล่งเรียนรู้ชุมชน เป็นศูนย์กลางรวบรวมข้อมูลข่าวสารความรู้ของชุมชนที่จะนำไปสู่การส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้สำหรับประชาชน ในชุมชน เป็นแหล่งเสริมสร้างโอกาสในการเรียนรู้ การถ่ายทอด การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การสืบทอดภูมิปัญญา วัฒนธรรม ค่านิยม และเอกลักษณ์ของชุมชน อีกทั้งเป็นแหล่งบริการชุมชนด้านต่างๆ เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม ก่อให้เกิดชุมชนแห่งกสนเรียนรู้ และมุ่งการพัฒนาแบบพึ่งตนเอง เช่น การจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการเรียนรู้ ของชุมชน โดยเน้นการกระบวนการเรียนรู้เพื่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน เป็นศูนย์กลาง ของประชาชน ที่ดำเนินการโดยประชาชน และเพื่อประชาชน ที่จะก่อให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืน

3.2 การปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง คือปรับแนวคิดของภาครัฐจากผู้สั่งการเป็นผู้สนับสนุน และเสริมสร้างแนวคิดการบริการสาธารณะแนวใหม่ การสร้างเครือข่ายภาคีความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งภายในและภายนอก โดยการจัดระบบบริหารจัดการที่ดี มีการเฝ้าระวังในการจัดการปัญหาอุปสรรคอย่างมีส่วนร่วม กำหนดมาตรการทางสังคมของชุมชนเพื่อเป็นข้อตกลงในการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ และมีการเรียนรู้พัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างต่อเนื่อง การปรับตัวให้รู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงตามการพัฒนากระแสหลัก โดยไม่ปฏิเสธเทคโนโลยีที่เป็นประโยชน์กับชุมชน การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปรับใช้กับชุมชนอย่างเหมาะสม

3.3 แนวทางการดำรงอยู่อย่างมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน ให้ความรู้และปลูกจิตสำนึกให้ชุมชนตระหนักให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงตามการพัฒนากระแสหลัก โดยเลือกรับในสิ่งที่เป็นประโยชน์อย่างชาญฉลาด และปฏิเสธในสิ่งที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน และปรับใช้แนวทางการพัฒนากระแสทางเลือกโดยนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ให้เหมาะสมตามบริบทของชุมชน โดยการสร้างความเป็นปึกแผ่นให้กับชุมชน และการปลูกกระแสให้ชุมชนมีความรักและหวงแหนชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน นำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปรับใช้ให้ทันต่อสภาพการเปลี่ยนแปลง โดยยึดหลักพอประมาณ มีเหตุมีผล มีภูมิคุ้มกัน และต้องมี ความรู้ควบคู่ไปกับคุณธรรม สร้างเครือข่ายแห่งการเรียนรู้ จัดทำแผน 4 แผน ใช้หลักปัญญา กล้าหาญ เพียรทน รอด พอเพียง และยั่งยืน ร่วมพัฒนาและปรับใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงไปพร้อมๆ กัน ใช้ชีวิตอย่างมีแบบแผน ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง สร้างเสริมให้เกิดสุขภาพดี

3.4 การปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม ด้วยการสร้างแนวร่วมการพัฒนา และการค้นหาศักยภาพและทุนชุมชน ทั้งทุนธรรมชาติ ทุนทรัพยากร และทุนทางวัฒนธรรม การบูรณา

การแผน 4 แผน ให้เข้ากับแผนชุมชนและแผนพัฒนาท้องถิ่น การทำบัญชีครัวเรือน การฝึกวินัยการออม ศึกษาดูงานชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการสร้างความเข้มแข็งที่ยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

1. บริบทของอำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ ต่อการจัดการเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในปัจจุบัน มีดังนี้ คือ

1.1 การจัดการความรู้และการถ่ายทอดความรู้ โดยการเรียนรู้ของคนในชุมชนท้องถิ่น ส่งเสริมให้มีการศึกษาดูงาน โดยการสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้และขยายเครือข่ายการเรียนรู้ของประชาชนและชุมชนในชนบท และการเสริมสร้างเครือข่ายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของท้องถิ่นและชุมชนในการเรียนรู้และการทำงานร่วมกันให้เกิดระบบที่ดี มีความโปร่งใส ไร้ทุจริต ปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงกระแสหลัก และรู้จักปรับตัวอย่างชาญฉลาด เลือกให้ในสิ่งที่เป็นประโยชน์อย่างเหมาะสมกับบริบทของชุมชน และคงไว้ซึ่งสิ่งดีๆ โดยการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ให้เหมาะสมอย่างมีปัญญา กล้าหาญ และเพียรทน โดยทำให้เกิดการอยู่รอด พอเพียง และยั่งยืน สร้างจิตสำนึกและความตระหนักรู้ของชุมชนในคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีต่อวิถีชีวิตชุมชน ให้ความรู้แก่ชุมชนในการจัดทำแผน 4 แผน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญารัตน์ กิ่งก่ำ (2555) ได้พบว่าปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนตามแนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ได้แก่ การสนับสนุนช่วยเหลือจากภาครัฐ ขาดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องในการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย มีปัญหาหนี้สิน และขาดความกระตือรือร้นในการแสวงหาความรู้หรือนวัตกรรมใหม่

1.2 เพิ่มศักยภาพขององค์กรชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ การสนับสนุนให้เกิดผู้นำที่มีคุณภาพ ซื่อสัตย์ สุจริต มีธรรมาภิบาล การสนับสนุนแหล่งเงินทุนสำหรับการพัฒนาชุมชน ส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็งด้านเศรษฐกิจขององค์กรชุมชน ส่งเสริมความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนด้านสังคมคุณภาพชีวิต พัฒนาการรวมกลุ่มกิจกรรมทางเศรษฐกิจเชื่อมโยงพื้นที่ชนบทและเมือง ส่งเสริมการร่วมลงทุนระหว่างเครือข่ายองค์กรชุมชนกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ ส่งเสริมให้เกิดวิสาหกิจชุมชน เศรษฐกิจชุมชน เศรษฐกิจฐานราก เศรษฐกิจวัฒนธรรมและภูมิปัญญา สอดคล้องกับแนวคิดของ โกวิท พงางาม (2553) ที่กล่าวว่าเรื่องชุมชนเข้มแข็งต้องมีเป้าหมายร่วมกันให้มีความสำคัญกับประโยชน์สาธารณะและของสมาชิก มีจิตสำนึกการพึ่งตนเอง รักษาเอื้ออาทรต่อกัน และมีความรู้รักท้องถิ่น ชุมชนมีอิสระในการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมทำและร่วมรับผิดชอบ มีการระดมใช้ทรัพยากรในชุมชนอย่างเต็มที่และมีประสิทธิภาพ มีการเรียนรู้เชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายและติดต่อสื่อสารกันหลายรูปแบบ มีการจัดกิจกรรมที่เป็นสาธารณะของชุมชนอย่างต่อเนื่อง มีการจัดการบริหารกลุ่มที่หลากหลายและเครือข่ายที่ดี มีการเสริมสร้างผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่หลากหลายของชุมชนสืบทอดกันตลอดไป

1.3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทุกมิติ โดยการสนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการค้นหาปัญหาและความต้องการตลอดทั้งทุนของชุมชน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน ร่วมกันจัดเวทีชุมชนอย่างมีส่วนร่วม กำหนดวิสัยทัศน์และพันธกิจของชุมชน จัดทำแผนแม่บทของชุมชน ส่งเสริมบทบาทของครอบครัวและชุมชนในการจัดการบริการสังคม สนับสนุนองค์กรเอกชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา พัฒนาระบบการชุมชนเข้มแข็งให้เกิดพลังของคนในชุมชน ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมพัฒนา ร่วมแก้ไขปัญหา สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง ส่งเสริมการรวมตัวของคนในชุมชนในการทำกิจกรรมเพื่อส่วนรวม สอดคล้องกับแนวคิดของ นเรศ สงเคราะห์ (2541) การมีส่วนร่วมของประชาชนในลักษณะที่เป็นกระบวนการพัฒนา ได้แก่ การวางแผน การตัดสินใจ การดำเนินงาน การบริหารจัดการ และการประเมินผลตลอดจนการจัดสรรผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น และแนวคิดของ เสน่ห์ จามริก (2527) ให้ความหมายว่าการมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การให้ประชาชนเป็นผู้คิดค้นปัญหา เป็นผู้นำทุกอย่าง ซึ่งไม่ใช่การกำหนดจากภายนอกแล้วให้ประชาชนเข้าร่วม แต่ต้องเป็นเรื่องที่ประชาชนคิดเอง และแนวคิดของ ไพรัตน์ เดชะรินทร์ (2527) ได้กล่าวถึงลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนคือการมีส่วนร่วมทุกมิติ

1.4 สร้างภาคีเครือข่ายความร่วมมือทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน บริบทของชุมชนเกิดจากการสร้างภาคีเครือข่ายความร่วมมือไตรภาคีเครือข่าย ได้แก่องค์กรชุมชนในรูปคณะกรรมการหมู่บ้าน องค์การภาครัฐในรูปคณะกรรมการสภาตำบลองค์การบริหารส่วนตำบล โดยมีผู้นำชุมชนและสมาชิกของชุมชนเป็นผู้เรียนรู้ ส่งผลให้ชุมชนมีความตื่นตัวและพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงไปสู่ความเข้มแข็งของชุมชนอย่างมีส่วนร่วม องค์กรต้องสร้างให้เกิดความร่วมมืออย่างมีส่วนร่วม และมีจิตสาธารณะ ซึ่งสอดคล้องการกระจายอำนาจของท้องถิ่นตามแนวทางการจัดการภาครัฐ ให้ท้องถิ่นร่วมกับบุคคล ครอบครัว ชุมชน องค์กรชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เอกชน องค์กรเอกชน องค์กรวิชาชีพ สถาบันศาสนา สถานประกอบการ และสถาบันสังคมอื่น ส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน โดยจัดกระบวนการเรียนรู้ภายในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีการจัดการศึกษาอบรม มีการแสวงหาความรู้ ข้อมูล ข่าวสาร และรู้จักเลือกสรรภูมิปัญญาและวิทยาการต่างๆ เพื่อพัฒนาชุมชนให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการ รวมทั้งหาวิธีการสนับสนุนให้มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการพัฒนาระหว่างชุมชน” และสอดคล้องกับแนวคิดของ โรเบิร์ต บี เดนฮาร์ต และ เจเน็ต วินเซนต์ เดนฮาร์ต (2007) ที่เห็นคุณค่าของประชาชนโดยการสร้างโอกาสและเปิดประตูสร้างเครือข่ายความร่วมมือของการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาวิณี รอดสิน (2554) ที่พบว่า การกำหนดชุมชนเข้มแข็งเกิดจากการเข้ามาทำงานวิจัย ประกอบกับการศึกษาดูงานการจัดการชุมชนจากภายนอก รวมไปถึงคณะกรรมการชุมชนได้รับการอบรมให้ความรู้และคำแนะนำ จึงทำให้เกิดแนวคิดที่จะพัฒนาชุมชน และสอดคล้องกับแนวคิดของ เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543) กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญของเครือข่ายว่า การรับรู้มุมมองร่วมกัน การมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน มีผลประโยชน์

และความสนใจร่วมกัน การมีส่วนร่วมของสมาชิกของเครือข่ายอย่างกว้างขวาง ขบวนการเสริมสร้างซึ่งกันและกัน การปฏิสัมพันธ์เชิงแลกเปลี่ยน

2. ปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาอุปสรรคต่อการจัดการเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษา อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ

2.1 ขาดจิตสำนึกประโยชน์ส่วนรวม จิตสาธารณะ ซึ่งประกอบไปด้วย การมีส่วนร่วม การยึดถือประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก ความเสียสละ การมีจิตอาสาและจิตสาธารณะ สอดคล้องกับแนวคิดของโรเบิร์ต พูทน์ม (Putnam,1968:91) ได้เสนอภาพของชุมชนที่มีการจัดระเบียบสังคมที่เอื้อให้สังคมมีความสุขและมีความพึงพอใจในชีวิต ว่าเป็นชุมชนที่มีสมาชิกร่วมกันสร้างความไว้วางใจต่อกัน ซึ่งถือว่าเป็นทุนสังคมที่จะช่วยให้สังคมสามารถพัฒนาการจัดการต่างๆ เพื่อเอาชนะปัญหาที่ชุมชนต้องเผชิญ และสอดคล้องกับแนวคิดของไพท วงศ์อนุตรโรจน์ (2544, บทคัดย่อ) พบว่าแนวทางการสร้างพัฒนาเครือข่ายประกอบไปด้วยความสัมพันธ์แบบเครือญาติ เพื่อนบ้าน และพรรคพวกเพื่อนฝูง ความสัมพันธ์ผ่านกระบวนการประกอบอาชีพ ความสัมพันธ์ผ่านประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อและวัฒนธรรม วัด โรงเรียน และโครงสร้าง ช่องทางการติดต่อสื่อสาร เป็นรากฐานที่สำคัญที่นำไปสู่ความร่วมมือในชุมชน

2.2 ขาดการสนับสนุนในด้านระบบฐานข้อมูลข่าวสาร ที่ชุมชนสามารถเข้าถึงได้และใช้ประโยชน์ในการพัฒนาได้โดยตรงตามความต้องการของชุมชน และเป็นข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจ การวางแผน และการดำเนินกิจกรรมในชุมชน ที่มีการจัดเก็บและค้นหาอย่างเป็นระบบ เพื่อเป็นฐานข้อมูลของชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของวิทยา จันทรแดง (2555) พบว่า 1) นโยบายเรื่องการนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้เพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็ง มีการดำเนินการในด้านการเพิ่มศักยภาพขององค์กรชุมชน การส่งเสริมการมีส่วนร่วม การจัดการความรู้และการเรียนรู้ของคนในชุมชน 2) ชุมชนมีการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการบริหารจัดการชุมชน การประกอบอาชีพ การจัดการทรัพยากรในชุมชน และการพัฒนาองค์กรในชุมชน 3) รูปแบบใหม่ที่ค้นพบคือ การบริหารจัดการชุมชนเข้มแข็งแบบบูรณาการตามแนวทางศาสตร์พระราชาด้านปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

2.3 ขาดการสนับสนุนในระบบความสัมพันธ์และความเอื้ออาทร ซึ่งประกอบด้วย ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม ซึ่งปรากฏในรูปของความคิดความเชื่อและพิธีกรรม และระบบความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับโลกภายนอก ในด้านการซื้อขาย การแลกเปลี่ยนสินค้า ผลผลิต การช่วยเหลือในรูปของเครือข่ายหรือการรวมกลุ่ม รวมถึงบุคคลหรือองค์กรที่มีบทบาทกับการพัฒนาชุมชน ความสัมพันธ์ภายในชุมชนที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ด้วยกันเองในเชิงอำนาจ การพึ่งพา พึ่งพิงกันในชุมชน ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ ความเอื้ออาทรกัน สอดคล้องกับแนวคิดของโรเบิร์ต พูทน์ม (Putnam,1968:91) ได้เสนอภาพของชุมชนที่มีการจัดระเบียบสังคมที่เอื้อให้สังคมมีความสุขและมีความพึงพอใจในชีวิต ว่าเป็นชุมชนที่มีสมาชิกร่วมกันสร้างความไว้วางใจต่อกัน ซึ่งถือว่าเป็นทุน

สังคมที่จะช่วยให้สังคมสามารถพัฒนาการจัดการต่างๆ เพื่อเอาชนะปัญหาที่ชุมชนต้องเผชิญ และสอดคล้องกับแนวคิดของไฟท วงศ์อนุตรโรจน์ (2544, บทคัดย่อ) พบว่าแนวทางการสร้างพัฒนาเครือข่ายประกอบไปด้วยความสัมพันธ์แบบเครือญาติ เพื่อนบ้าน และพรรคพวกเพื่อนฝูง ความสัมพันธ์ผ่านกระบวนการประกอบอาชีพ ความสัมพันธ์ผ่านประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อและวัฒนธรรม วัด โรงเรียน และโครงสร้าง ช่องทางการติดต่อสื่อสาร เป็นรากฐานที่สำคัญที่นำไปสู่ความร่วมมือในชุมชน และสอดคล้องกับแนวคิดของ อุทัย ดุลยเกษม และอรศรี งามวิทยาพงศ์ (2540) ได้วิเคราะห์ปัจจัยและเงื่อนไขที่ส่งผลให้ชุมชนท้องถิ่นเข้มแข็ง คือโครงสร้างทางสังคมแบบแนวนอน ระบบเศรษฐกิจแบบพึ่งตนเอง ค่านิยมจากหลักธรรมของศาสนา กระบวนการเรียนรู้เพื่อชีวิต กระบวนการเรียนรู้ท้องถิ่น การสืบสานภูมิปัญญาดั้งเดิม กลุ่มผู้นำตามธรรมชาติ ระบบความสัมพันธ์เชิงแน่นแฟ้น กลไกที่เอื้อให้เกิดการปฏิสัมพันธ์

2.4 ขาดการสนับสนุนในด้านการจัดการความรู้และการถ่ายทอดความรู้ คือการขาดการสนับสนุนและส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจชุมชน เศรษฐกิจวัฒนธรรม การสร้างนวัตกรรมใหม่ การสร้างเครือข่ายทั้งภายในและภายนอกชุมชน การบูรณาการระหว่างกองทุนและงบประมาณ การสร้างจิตสำนึกตระหนักรู้ จิตสาธารณะและจิตอาสา การสร้างงานสร้างรายได้ในชุมชน ซึ่งเป็นความรู้ในชุมชน ในด้านการประกอบอาชีพ การบริหารจัดการ ประเพณีวัฒนธรรม ภูมิปัญญา โดยผสมผสานระหว่างความรู้ใหม่กับความรู้เก่า ซึ่งรวมถึงเทคโนโลยีใหม่ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าเพื่อไม่เป็นการละทิ้งภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีดั้งเดิม การหลอมหลวมชุมชนชนบท การขาดแหล่งเรียนรู้ทางด้านภูมิปัญญา การขาดความตระหนักรู้อย่างแท้จริงต่อการเปลี่ยนแปลงตามแนวทางการพัฒนากระแสหลัก ขาดการปรับใช้แนวทางปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงให้เหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของฐพชัย ทดพนนท์ (2556) พบว่าประชาชนขาดความรู้ ยังไม่มีความเข้าใจหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กลุ่มต่างๆ ของแต่ละชุมชนยังมีความเข้มแข็งไม่เท่ากัน ขาดการติดตามผล และขาดงบประมาณ ควรจัดทำแผนงานนโยบายส่งเสริมการดำเนินชีวิตตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาอำเภอ แผนพัฒนาจังหวัด และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

3. แนวทางการจัดการเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษา อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ

3.1 การสร้างเครือข่ายแหล่งเรียนรู้ชุมชน เป็นแหล่งบริการชุมชนด้านต่างๆ เพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม ก่อให้เกิดชุมชนแห่งการเรียนรู้ และมุ่งการพัฒนาแบบพึ่งตนเอง เช่น การจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับความต้องการเรียนรู้ ของชุมชน โดยเน้นการกระบวนการเรียนรู้เพื่อวิถีชีวิตของคนในชุมชน เป็นศูนย์ฯ ของประชาชน ที่ดำเนินการโดยประชาชน และเพื่อประชาชน ที่จะก่อให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชนอย่างยั่งยืนเป็นศูนย์กลางรวบรวมข้อมูลข่าวสารความรู้ของชุมชนที่จะนำไปสู่การส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้สำหรับประชาชน ในชุมชน อีกทั้งเป็นแหล่งเสริมสร้างโอกาสในการเรียนรู้ การถ่ายทอด การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การสืบทอดภูมิปัญญา วัฒนธรรม ค่านิยม

และเอกลักษณ์ของชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ เสรี พงศ์พิศ (2552) ที่เสนอแนวทางสู่การสร้างชุมชนพอเพียงให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชนไว้ คือ ชุมชนพอประมาณ ชุมชนมีเหตุผล ชุมชนมีภูมิคุ้มกันดี

3.2 การปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง คือปรับแนวคิดของภาครัฐจากผู้สั่งการเป็นผู้สนับสนุน และมีการเรียนรู้พัฒนาศักยภาพของตนเองอย่างต่อเนื่อง การปรับตัวให้รู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงตามการพัฒนาระบบหลัก โดยไม่ปฏิเสธเทคโนโลยีที่เป็นประโยชน์กับชุมชน การนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปรับใช้กับชุมชนอย่างเหมาะสม และเสริมสร้างแนวคิดการบริการสาธารณะแนวใหม่ การสร้างเครือข่ายภาคีความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งภายในและภายนอกเพื่อสร้างชุมชนเข้มแข็งและมีความสุขอย่าง โดยการจัดระบบบริหารจัดการที่ดี มีการเฝ้าระวังในการจัดการปัญหาอุปสรรคอย่างมีส่วนร่วม กำหนดมาตรการทางสังคมของชุมชนเพื่อเป็นข้อตกลงในการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วรวิทย์ อินทนนท์ (2556) พบว่า องค์ความรู้จากกระบวนการเรียนรู้โดยเอาชีวิตของผู้เรียนเป็นตัวตั้ง เอาชุมชนท้องถิ่นเป็นฐานในการเรียนรู้ เน้นที่การปฏิบัติ มีการเปลี่ยนแปลงทั้งแนวคิดและการปฏิบัติ กล่าวคือ มีศักดิ์ศรี รู้สึกภาคภูมิใจในตนเอง และสามารถอยู่ในชุมชนได้อย่างมีความสุข และยังสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการศึกษาโดยอาศัยทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ทั้งสถานที่เรียน แหล่งเรียนรู้ของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประชาชนชาวบ้าน

3.3 แนวทางการดำรงอยู่อย่างมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน โดยการปลูกกระแสให้ชุมชนมีความรักและหวงแหนชุมชน สามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน นำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปปรับใช้ให้ทันต่อสภาพการเปลี่ยนแปลง โดยยึดหลักพอประมาณ มีเหตุผล มีภูมิคุ้มกัน และต้องมีความรู้ควบคู่ไปกับคุณธรรม สร้างเครือข่ายแห่งการเรียนรู้ ศึกษาดูงานชุมชนเข้มแข็งที่ประสบความสำเร็จ จัดทำแผน 4 แผน ใช้หลักปัญญา กล้าหาญ เพียรทน รอด พอเพียง และยั่งยืน ร่วมพัฒนาและปรับใช้หลักเศรษฐกิจพอเพียงไปพร้อมๆ กัน ใช้ชีวิตอย่างมีแบบแผน ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และให้ความรู้และปลูกจิตสำนึกให้ชุมชนตระหนักรู้ให้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงตามการพัฒนาระบบหลัก โดยเลือกรับในสิ่งที่เป็นประโยชน์อย่างชาญฉลาด และปฏิเสธในสิ่งที่ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชน และปรับใช้แนวทางการพัฒนาระบบทางเลือกโดยนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาปรับใช้ให้เหมาะสมตามบริบทของชุมชน โดยการสร้างความเป็นปึกแผ่นให้กับชุมชน สอดคล้องกับแนวคิดของ นภาพร หะวานนท์ (2550) ที่ได้เสนอมิติความเข้มแข็งของชุมชนเป็น คือ มิติทางด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม มิติด้านวัฒนธรรม มิติด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับแนวคิดของ เสรี พงศ์พิศ (2552) ที่เสนอแนวทางสู่การสร้างชุมชนพอเพียงให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชนไว้ คือ ชุมชนพอประมาณ ชุมชนมีเหตุผล ชุมชนมีภูมิคุ้มกันดี

3.4 การปรับปรุงฟื้นฟูสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม ด้วยการค้นหาศักยภาพและทุนชุมชน ทั้งทุนธรรมชาติ ทุนทรัพยากร และทุนทางวัฒนธรรม การบูรณาการแผน 4 แผน ให้เข้ากับแผนชุมชน

และแผนพัฒนาท้องถิ่น การทำบัญชีครัวเรือน การสร้างแนวร่วมการพัฒนา และการฝึกวินัยการออม สอดคล้องกับแนวคิดของ เสน่ห์ จามริก (2527) การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การให้ประชาชนเป็นผู้คิดค้นปัญหา เป็นผู้นำทุกอย่าง ซึ่งไม่ใช่การกำหนดจากภายนอกแล้วให้ประชาชนเข้าร่วม แต่ต้องเป็นเรื่องที่ประชาชนคิดเอง และดำเนินการอย่างมีส่วนร่วมทุกมิติ สอดคล้องกับแนวคิดในการค้นหาศักยภาพของชุมชนของ ไพโรจน์ ภัทรนรากุล (2548) ได้นำเสนอองค์ประกอบการพึ่งตนเองของชุมชนคือ ทรัพยากรธรรมชาติ ทุนทางสังคมและทุนทางเศรษฐกิจ ภูมิปัญญาและองค์ความรู้ การจัดการ การสนับสนุนจากภายนอก ปัจจัยที่เอื้อต่อการพึ่งตนเอง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผู้วิจัยเสนอให้งานวิจัยชิ้นนี้ ควรถูกนำไปเผยแพร่ไปยังชุมชนท้องถิ่นอื่น หน่วยงานราชการ ตลอดจนผู้ที่สนใจที่ต้องการเห็นความสัมพันธ์กันอย่างชัดเจนระหว่างการจัดการเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐกับการพัฒนาความเข้มแข็งให้ชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาการจัดการเรื่องเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กับแนวคิดทฤษฎีการพัฒนาตามกระแสหลักและกระแสทางเลือกอื่นๆ เพื่อนำมาปรับใช้ตามความเหมาะสม
2. การจัดการเรื่องเครือข่ายความร่วมมือภาครัฐสู่ความเข้มแข็งของชุมชนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง : กรณีศึกษา อำเภอบ้านแท่น จังหวัดชัยภูมิ ผู้วิจัยได้ค้นพบรูปแบบ ดังต่อไปนี้

บรรณานุกรม

- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2543). การจัดการเครือข่าย : กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูปการศึกษา. กรุงเทพฯ: บริษัท ชัคเชส มีเดีย จำกัด.
- โกวิท พวงงาม. (2553). การจัดการตนเองของชุมชนและท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.
- ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ. (2550). ธุรกิจชุมชนเส้นทางที่เป็นไปได้. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ็กเปอร์เน็ท จำกัด.
- นภาพร หะวานนท์ และคณะ. 2550 ทฤษฎีฐานรากในเรื่องความเข้มแข็งของชุมชน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย 6 สกว. 7.
- นเรศ สงเคราะห์สุข. (2541). จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ. เชียงใหม่ : สำนักงานโครงการพัฒนาที่สูงไทย-เยอรมัน.

- ไพรัตน์ เดชะรินทร์. (2527). **นโยบายและกลวิธีการมีส่วนร่วมของชุมชนในยุทธศาสตร์การพัฒนาในปัจจุบัน** ในทวีทอง หงส์วิวัฒน์ (บก.), **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา**. กรุงเทพฯ: ศักดิ์โสภณการพิมพ์.
- มูลนิธิชัยพัฒนา. **จุดเริ่มต้นแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง**. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก http://www.chaipat.or.th/site_content/34-13/3579-2010-10-08-05-24-39.html เมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2561.
- วิทยา จันแดง. (2555). **การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการชุมชนเข้มแข็งตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ในเขตจังหวัดภาคกลางตอนบน**. ดุษฎีนิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. (2550). **การบริหารจัดการตามแนวทางเศรษฐกิจพอเพียงในชุมชน**. รัฐสภาสาร 55, 4 เมษายน : 29-34.
- สาวิณี รอดสิน. (2554). **ชุมชนเข้มแข็ง: กรณีศึกษาบ้านปางจำปี ตำบลห้วยแก้ว อำเภอแม่ฮอด จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เสน่ห์ จามริก. (2527). **นโยบายกลวิธีการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษานโยบายสาธารณะสุข มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เสรี พงศ์พิศ. (2552). **วิถีสู่ชุมชนพอเพียง**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์พลังปัญญา.
- เสรี พงศ์พิศ. (2554). **เศรษฐกิจพอเพียง เกิดได้ถ้าใจปรารถนา**. กรุงเทพฯ: เทียนวรรณ.
- Denhaedt, Robert B. and DenHaeht, Janet Vinzant. (2007). **The New Public Service : Serving Rather than Steering” Public Administration Review**. November December 2000, 60(6) : 549-559.

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ตามหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อสมรรถนะการปฏิบัติงาน ของบุคลากรเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี

Human Resource Management through Good Governance Affecting the Work Competency of Municipality Personnel in Pathumthani Province.

ดิเรก ธรรมารักษ์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ หลักธรรมาภิบาล และสมรรถนะการปฏิบัติงาน 2) การส่งผลกระทบจากการจัดการทรัพยากรมนุษย์ หลักธรรมาภิบาล และสมรรถนะการปฏิบัติงาน 3) ความสัมพันธ์ระหว่างหลักธรรมาภิบาล การจัดการ ทรัพยากรมนุษย์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือบุคลากรจากเทศบาลเมือง ทั้งหมด 9 แห่ง กลุ่มตัวอย่าง 385 คน คำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร และสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จากบุคลากรที่ทำงานในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี ทั้ง 9 แห่ง แห่งละ 43 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การส่งผลใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณในการวิเคราะห์การถดถอย และการหาความสัมพันธ์โดยใช้ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

ผลการศึกษาพบว่า

1. ระดับความสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ หลักธรรมาภิบาล และสมรรถนะการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.71$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการจัดการ ทรัพยากรมนุษย์ ($\bar{X} = 3.78$) มีระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือ ด้านสมรรถนะการปฏิบัติงาน ($\bar{X} = 3.71$) และด้านหลักธรรมาภิบาล ($\bar{X} = 3.64$)

2. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานีในทางบวก ($\beta = 0.567$, Sig < .01) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเชิงบวก ($R = .567$) ได้ค่า ($R^2 = .321$) ร้อยละ 32.1 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อหลักธรรมาภิบาล ของบุคลากรในเทศบาลเมืองจังหวัดปทุมธานีในทางบวก ($\beta = 0.717$, Sig < .01) ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์พหุคูณเชิงบวก ($R = .717$) ได้ค่า ($R^2 = .514$) ร้อยละ 51.4 และหลักธรรมาภิบาลส่งผล ต่อสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมืองจังหวัดปทุมธานี ในทางบวก ($\beta = 0.675$, Sig < .01) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเชิงบวก ($R = .675$) ได้ค่า ($R^2 = .455$) ร้อยละ 45.5

¹ อาจารย์ประจำ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยปทุมธานี, E-Mail: direkphd@hotmail.com

3. การจัดการทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรทางบวกในระดับปานกลาง ($r = .567$, $\text{Sig} < .01$) การจัดการทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์กับหลักธรรมาภิบาลทางบวกในระดับสูง ($r = .717$, $\text{Sig} < .01$) และหลักธรรมาภิบาลมีความสัมพันธ์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมืองจังหวัดปทุมธานี ทางบวกในระดับสูง ($r = .675$, $\text{Sig} < .01$)

คำสำคัญ : การจัดการทรัพยากรมนุษย์, หลักธรรมาภิบาล, สมรรถนะการปฏิบัติงาน

Abstract

The purposes of this research were to study; 1) the significant level of human resource management, good governance, and work competency, 2) the effects between human resource management, good governance, and work competency, 3) the relationship between good governance, human resource management, and work competency of the personnel in the municipalities of Pathumthani Province. The data were analyzed by quantitative research. The population was personnel from 9 municipalities. The study sample of 385 samples, calculated with unknown population and purposive sampling method, and collected data from personnel working in 9 municipalities of Pathumthani Province, with 43 personnel per municipality. The research instrument was the questionnaires. The data were analyzed with computer software package. The statistics used in data analysis were percentage, arithmetic mean, multiple regression analysis, and Pearson's correlation coefficient.

The results were as follows;

1. The significant level of human resource management, good governance, and work competency were overall at a high level ($\bar{X} = 3.71$). When considered individually, the human resource management ($\bar{X} = 3.78$) has the highest significant level, followed by work competency ($\bar{X} = 3.71$), and good governance ($\bar{X} = 3.64$), respectively.

2. The human resource management had a positive effect on work competency of municipality personnel in Pathumthani Province ($\beta = 0.567$, $\text{Sig} < .01$), with the positive multiple correlation coefficient ($R = .567$), and coefficient of determination of ($R^2 = .321$) or 32.1%. Human resource management had a positive effect on good governance of municipality personnel in Pathumthani Province ($\beta = 0.717$, $\text{Sig} < .01$), with the positive multiple correlation coefficient ($R = .717$), and coefficient of determination of ($R^2 = .514$) or 51.4%. The good governance had a positive effect on work competency of municipality personnel in Pathumthani Province ($\beta = 0.675$, $\text{Sig} < .01$), with the positive multiple

correlation coefficient ($R = .675$), and coefficient of determination of ($R^2 = .455$) or 45.5%.

3. Human resource management had a moderate positive correlation with work competency ($r = .567$, $\text{Sig} < .01$). Human resource management had a high positive correlation with good governance ($r = .717$, $\text{Sig} < .01$), and good governance had a high positive correlation with work competency of municipality personnel in Pathumthani Province ($r = .675$, $\text{Sig} < .01$).

Keywords: Human resource management, Good governance, Work competency

บทนำ

ธรรมาภิบาลได้รับความสนใจเป็นพิเศษโดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาและเป็นไปตามการจัดตั้งองค์การภาครัฐ ภาคประชาสังคมและตามนโยบายที่เกี่ยวข้อง (Finley et al., 2008) แนวคิดของธรรมาภิบาลเป็นรูปแบบที่แสวงหาหลักเกณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ จากรายงานธนาคารโลกในปี 1989 ยกประเด็นเรื่องธรรมาภิบาลในฐานะการบริการสาธารณะที่มีประสิทธิภาพ ระบบตุลาการที่น่าเชื่อถือ และระบบการบริหารที่มีความรับผิดชอบ ธรรมาภิบาลเป็นแนวคิดที่กว้างขวางซึ่งครอบคลุมการมีส่วนร่วมของทั้งสามสถาบันคือสถาบันภาครัฐ ภาคประชาสังคมและภาคเอกชน ทั้งสามภาคส่วนซึ่งเป็นภาคส่วนที่มีความจำเป็นสำหรับการพัฒนามนุษย์ที่ยั่งยืน รัฐบาลสร้างสภาพแวดล้อมทางการเมืองและทางกฎหมาย ภาคเอกชนสร้างการจ้างงานและรายได้ และประชาสังคมช่วยให้การมีส่วนร่วมของกลุ่มนักกิจกรรมทางการเมือง และสังคมมีส่วนร่วมในดำเนินงานทางเศรษฐกิจ ธรรมาภิบาลเป็นกรอบในการกำหนดเป้าหมายและค่านิยมโดยรวมและเป้าหมายการพัฒนามนุษย์เช่นการพัฒนาเศรษฐกิจ การเมือง สังคมและวัฒนธรรมด้วย มีการติดตามการมุ่งเน้นไปที่คน เพื่อความสุขของมนุษย์ การเจริญเติบโตและการพัฒนามนุษย์อย่างยั่งยืน ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับหลักธรรมาภิบาลซึ่งได้บัญญัติไว้ในกฎหมายรัฐธรรมนูญซึ่งเป็นกฎหมายสูงสุดของประเทศ นอกจากนั้นยังได้นำมาบรรจุไว้ในส่วนที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ และยุทธศาสตร์ที่ 6 การบริหารจัดการในภาครัฐ เป็นการป้องกันการทุจริตประพฤติดมิชอบ และหลักธรรมาภิบาลยังได้บรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) รัฐบาลเป็นผู้นำในการวางนโยบายขับเคลื่อนประเทศ การดำเนินนโยบายด้านต่างๆ ภายใต้กฎหมายเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในสังคม ถึงแม้ประเทศไทยได้นำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในภาครัฐและภาคเอกชนเป็นเวลานานพอสมควร แต่ไม่สามารถที่จะแก้ไขปัญหาหลายประการที่เกิดขึ้นในหน่วยงานราชการของไทยได้ทั้งหมด เพียงแต่ทำให้ปัญหาเหล่านั้นเบาบางลง จึงถือเป็นเป้าหมายที่ประเทศไทยยังต้องพัฒนาให้เกิดการบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาลเป็นสำคัญ

การจัดการทรัพยากรมนุษย์มีบทบาทสำคัญในการใช้หลักธรรมาภิบาล จึงมีการเชื่อมโยงระหว่างวิธีการจัดระเบียบทรัพยากรมนุษย์ ผู้บริหารฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ การคิดและการปฏิบัติควรมีบทบาทอย่างไรและเสาหลักสามประการคือ การกำกับดูแลพนักงาน นวัตกรรมและการกำกับดูแลกิจการ ในประเทศที่พัฒนาแล้ว องค์กรต่างๆ ต้องพึ่งพาอาศัยกันมากขึ้นเกี่ยวกับการใช้ความรู้ทุนทางปัญญาและการเชื่อมโยงกับนวัตกรรมอันเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน หากไม่มีการกำกับดูแลพนักงาน แนวคิดหลักธรรมาภิบาลที่มีการปฏิบัติในภาครัฐยังประสบความสำเร็จน้อยกว่าในภาคเอกชน บริการสาธารณะที่กล้าได้กล้าเสียมากกว่า ซึ่งสร้างมูลค่าสาธารณะและความพึงพอใจแก่ลูกค้า (Moore & Hartley, 2008) สมรรถนะการปฏิบัติงานของทรัพยากรมนุษย์ เป็นสิ่งที่ต้องลงมือปฏิบัติและทำให้เกิดขึ้น กล่าวคือความสามารถที่ใช้เพื่อให้เกิดการบรรลุผลและวัตถุประสงค์ต่างๆ ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนที่ทำให้เกิดความรู้เกี่ยวกับงาน (Job Knowledge) การเรียนรู้ทักษะ (Know-how) และเจตคติ/ลักษณะนิสัย (Attitude) หรือบุคลิกภาพต่างๆ ที่ช่วยให้สามารถเผชิญและแก้ไขสถานการณ์หรือปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้จริง (Arnould de Nadaillac, 2003)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการวิจัยเรื่อง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ตามหลักธรรมาภิบาลที่ส่งผลต่อสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี เพื่อประโยชน์ในการบริหารจัดการบ้านเมืองที่ดีในเทศบาลเมือง ทั้ง 9 แห่ง ในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นหน่วยงานของภาครัฐในระดับท้องถิ่น และได้วางแผนในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ตามหลักธรรมาภิบาล ใช้หลักนิติธรรม คุณธรรม มีความโปร่งใสตรวจสอบได้ และสนับสนุนให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการชุมชน ทำให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานในภาครัฐ มีสมรรถนะสูงขึ้น มีทักษะ ความรู้ความสามารถ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และทำงานให้สำเร็จร่วมกับภาคประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ หลักธรรมาภิบาล และสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี
2. เพื่อศึกษาการส่งผลกระทบจากการจัดการทรัพยากรมนุษย์ หลักธรรมาภิบาล และสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างหลักธรรมาภิบาล การจัดการทรัพยากรมนุษย์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานการวิจัย

- 1 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรใน เทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี

2 หลักธรรมาภิบาลส่งผลต่อสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี

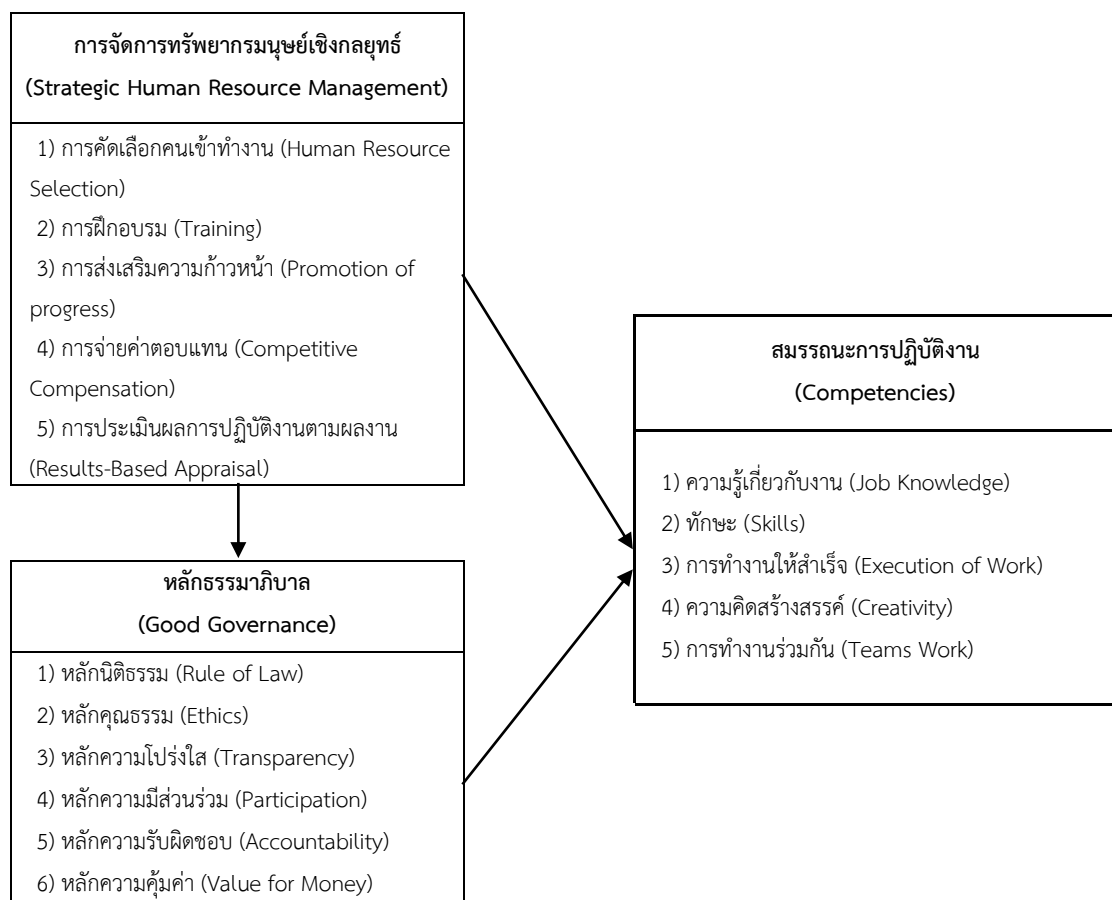
3 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี

4 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ หลักธรรมาภิบาลกับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตของปัญหา ประกอบด้วย 1) ระดับความสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ หลักธรรมาภิบาล และสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากร 2) การส่งผลกระทบ การจัดการทรัพยากรมนุษย์ หลักธรรมาภิบาล และสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากร และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่าง หลักธรรมาภิบาล การจัดการทรัพยากรมนุษย์และสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวความคิดการวิจัย

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ประกอบด้วย 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) ประสบการณ์การทำงาน 5) สถานภาพการจ้าง และ 6) ตำแหน่งงาน

2. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Strategic Human Resource Management) ประกอบด้วย 5 ตัวแปร คือ 1) การคัดเลือกคนเข้าทำงาน (Human Resource Selection) 2) การฝึกอบรม (Training) 3) การส่งเสริมความก้าวหน้า (Promotion of progress) 4) การจ่ายค่าตอบแทน (Competitive Compensation) และ 5) การประเมินผลการปฏิบัติงานตามผลงาน (Results-Based Appraisal) พัฒนามาจากแนวคิดของ (Nishii Lepak, Lepak, & Schneider, 2008; Nai-Wan Chi & Carol Yeh-Yun Lin, 2010; Gong, Chang, & Cheung, 2010; Gong, Law, Chang, & Xin, 2009; Gitell, Seidner, & Wimbush, 2010; Chuang & Liao, 2010; Nafei, W.A 2015)

3. หลักธรรมาภิบาล (Good Governance) ประกอบด้วย 6 ตัวแปร คือ 1) หลักนิติธรรม (Rule of Law) 2) หลักคุณธรรม (Ethics) 3) หลักความโปร่งใส (Transparency) 4) หลักความมีส่วนร่วม (Participation) 5) หลักความรับผิดชอบ (Accountability) และ 6) หลักความคุ้มค่า (Value for Money) พัฒนามาจากแนวคิดของ (เสน่ห์ จัตุรัส และกิตติพงษ์ เกียรติวัชรชัย, 2555; บวรศักดิ์ อุวรรณโณ, 2552; West et al. (2015); UNDP, 1997)

4. สมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากร (Competencies) ประกอบด้วย 5 ตัวแปร คือ 1) ความรู้เกี่ยวกับงาน (Job Knowledge) 2) ทักษะ (Skills) 3) การทำงานให้สำเร็จ (Execution of Work) 4) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และ 5) การทำงานร่วมกัน (Teams Work) พัฒนามาจากแนวคิดของ (อนุชิตา พลายอยู่วงศ์, 2557; Spencer & Spencer, 1993; Boyatzis et al., 1999; Zwell, 2000; Forster & et al., 2000; Hellriegel & et al., 2001; Barber and Tietje, 2008)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบเชิงปริมาณ ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ บุคลากรที่ทำงานอยู่ในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 9 แห่ง (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2562) กลุ่มตัวอย่าง เป็นบุคลากรที่ทำงานอยู่ในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 9 แห่ง คำนวณขนาดตัวอย่างตามสูตรของ Cochran W.G. (1953) ซึ่งเป็นวิธีคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร สุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน และได้เก็บข้อมูลจากเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 9 แห่ง แห่งละ 43 คน ด้านสถานที่ เทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 9 แห่ง ได้แก่ 1) เทศบาลเมืองปทุมธานี 2) เทศบาลเมืองบางคูวัด 3) เทศบาลเมืองท่าโขลง 4) เทศบาลเมืองคลองหลวง 5) เทศบาลเมืองบึงยี่โถ 6) เทศบาลเมืองสนั่นรักษ์ 7) เทศบาลเมืองคูคต 8) เทศบาลเมืองลำสามแก้ว และ 9) เทศบาลเมืองลาดสวาย ด้านระยะเวลา ระยะเวลาการทำการวิจัย ระหว่างเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 – มกราคม พ.ศ. 2563 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ร้อยละ

ค่าเฉลี่ย การส่งผลใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณในการวิเคราะห์การถดถอย และการวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน

สรุปผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 51.7 อายุ มีอายุ 20 – 25 ปี จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 35.3 มีประสบการณ์การทำงาน ทำงาน 6-10 ปี มีจำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 44.9 ประเภทการจ้างงาน เป็นบุคลากรประจำมีจำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 ส่วนใหญ่เป็นพนักงานมีจำนวน 329 คน คิดเป็นร้อยละ 85.45

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ระดับความสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.398 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการคัดเลือกคนเข้าคนเข้าทำงาน ค่าเฉลี่ย 3.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.547 มีระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือ ด้านค่าตอบแทน ค่าเฉลี่ย 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.499 ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานตามผลงาน ค่าเฉลี่ย 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.546 ด้านการฝึกอบรมและการพัฒนา ค่าเฉลี่ย 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.572 และด้านการส่งเสริมความก้าวหน้า ค่าเฉลี่ย 3.73 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.557 ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญหลักธรรมาภิบาล

ระดับความสำคัญ ของหลักธรรมาภิบาล โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.408 ด้านเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านหลักนิติธรรม ค่าเฉลี่ย 3.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.540 มีระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือ ด้านหลักคุณธรรม ค่าเฉลี่ย 3.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.560 ด้านหลักความรับผิดชอบ ค่าเฉลี่ย 3.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.521 ด้านหลักความคุ้มค่า ค่าเฉลี่ย 3.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.520 ด้านหลักความโปร่งใส ค่าเฉลี่ย 3.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.516 และด้านหลักความมีส่วนร่วม ค่าเฉลี่ย 3.57 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.548 ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากร

ระดับความสำคัญของสมรรถนะการปฏิบัติงาน โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.71 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.486 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการทำงานร่วมกัน ค่าเฉลี่ย 3.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.608 มีระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือ ด้านความคิดสร้างสรรค์ ค่าเฉลี่ย 3.74 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.651 ด้านความรู้เกี่ยวกับงาน ค่าเฉลี่ย 3.72 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.582 ด้านทักษะ ค่าเฉลี่ย 3.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.598 ด้านการทำงาน

ให้สำเร็จ ค่าเฉลี่ย 3.60 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.550 ตามลำดับ

5. วิเคราะห์การส่งผลกระทบของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ หลักธรรมาภิบาลกับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี (Multiple Regression Analysis)

ตัวแปรพยากรณ์	R	R ²	A. R	b	S.E	β	t	Sig
H1 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะในการ ปฏิบัติงานของบุคลากรใน เทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี	.567	.321	.320	.692	.051	.567	5.597	0.000**
H2 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ส่งผลกระทบต่อหลักธรรมาภิบาลของ บุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัด ปทุมธานี	.717	.514	.513	.734	.036	.717	20.137	0.000**
H3 หลักธรรมาภิบาลส่งผลต่อ สมรรถนะการปฏิบัติงาน ของ บุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัด ปทุมธานี	.675	.455	.454	.805	.045	.675	17.893	0.000**

* Sig. < .05, ** Sig. < .01

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ หลักธรรมาภิบาลกับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี

1. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ส่งผลกระทบต่อสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานีในทางบวก ($\beta = 0.567$, Sig < .01) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเชิงบวก (R = .567) ได้ค่า ($R^2 = .321$) ร้อยละ 32.1

2. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ส่งผลกระทบต่อหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรในเทศบาลเมืองจังหวัดปทุมธานีในทางบวก ($\beta = 0.717$, Sig < .01) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเชิงบวก (R = .717) ได้ค่า ($R^2 = .514$) ร้อยละ 51.4

3. หลักธรรมาภิบาลส่งผลต่อสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมืองจังหวัดปทุมธานี ในทางบวก ($\beta = 0.675$, Sig. < .01) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเชิงบวก ($R = .675$) ได้ค่า ($R^2 = .455$) ร้อยละ 45.5

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์ระหว่าง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ หลักธรรมาภิบาลกับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี (Parson Correlation)

	$\bar{X}$	การจัดการทรัพยากร มนุษย์	หลักธรรมาภิบาล	สมรรถนะการ ปฏิบัติงาน
การจัดการทรัพยากรมนุษย์	4.02	1	.717**	.567**
หลักธรรมาภิบาล	4.13		1	.675**
สมรรถนะการปฏิบัติงาน	3.94			1

* Sig. < .05, ** Sig. < .01

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ หลักธรรมาภิบาลกับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี

1. การจัดการทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรทางบวกในระดับปานกลาง ($r = .567$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

2. การจัดการทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์กับหลักธรรมาภิบาลทางบวกในระดับสูง ($r = .717$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. หลักธรรมาภิบาลมีความสัมพันธ์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมผลิตจังหวัดปทุมธานีทางบวกในระดับสูง ($r = .675$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์

ผลการวิเคราะห์ พบว่า ระดับความสำคัญของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการคัดเลือกคนเข้าทำงาน มีระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือ ด้านค่าตอบแทน ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานตามผลงาน ด้านการฝึกอบรม และการพัฒนา และด้านการส่งเสริมความก้าวหน้า สอดคล้องกับการศึกษา Gong, Chang, & Cheung (2010) ซึ่งได้ทำการวิจัยในผู้บริหารระดับอาวุโส ผู้บริหารระดับกลางและผู้จัดการด้านทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งประกอบด้วยการสรรหาและคัดเลือก การฝึกอบรมเรียนรู้และการพัฒนา การมี

ส่วนร่วมในการตัดสินใจผ่านทีม การประเมินผลการปฏิบัติงาน การกำหนดค่าตอบแทน และการแก้ปัญหาร้องเรียน โดยได้วัดระดับการสะสมของพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และสอดคล้องกับแนวคิดของ Robbins and Coulter (2007) กล่าวถึงการอบรมที่ตรงกัน คือ การฝึกอบรมในขณะทำงาน และการฝึกอบรมนอกเวลาทำงาน

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญหลักธรรมาภิบาล

ระดับความสำคัญ ของหลักธรรมาภิบาล โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านหลักนิติธรรม มีระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือ ด้านหลักความรับผิดชอบ ด้านหลักความคุ้มค่า ด้านหลักความโปร่งใส และด้านหลักความมีส่วนร่วม สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติ์วี เลชะกุล (2561) ระดับธรรมาภิบาลของเทศบาลในเขตภาคใต้ของประเทศไทย อยู่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านหลักความโปร่งใส ด้านหลักความรับผิดชอบ ด้านหลักนิติธรรม ด้านคุณธรรม อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนด้านการมีส่วนร่วม ด้านหลักการบริหารจัดการ ด้านหลักการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านหลักความคุ้มค่า ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร และด้านหลักองค์กรแห่งการเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากร

ระดับความสำคัญของสมรรถนะการปฏิบัติงาน โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการทำงานร่วมกัน มีระดับความสำคัญสูงสุด รองลงมาคือ ด้านความคิดสร้างสรรค์ ด้านความรู้เกี่ยวกับงาน ด้านทักษะ ด้านการทำงานให้สำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญญาภา เอกวัตร (2556) ผลการวิจัยพบว่า 1) สมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรส่วนตำบล โดยรวม อยู่ในระดับมาก โดยสมรรถนะด้านความร่วมมือร่วมใจ อยู่ในอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ และด้านจริยธรรม และ 2) ปัจจัยสนับสนุนสมรรถนะกับสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรโดยรวมมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี พบว่าส่งทางบวก ($\beta = 0.567$, Sig < .01) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเชิงบวก ($R = .567$) ได้ค่า ($R^2 = .321$) ร้อยละ 32.1 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐพร ฉายประเสริฐ (2562) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อสมรรถนะการปฏิบัติงาน ของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานีพบว่าส่งผลในเชิงบวก ($\beta = .394$, Sig < .01) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเชิงบวก ($R = .394$) ได้ค่า ($R^2 = .156$) ร้อยละ 15.6

5. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อหลักธรรมาภิบาลของบุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานีในทางบวก ($\beta = 0.717$, Sig < .01) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเชิงบวก ($R = .717$) ได้ค่า ($R^2 = .514$) ร้อยละ 51.4 สอดคล้องกับแนวคิดของ Florea et al. (2013) สังคมที่เกิดจากธรรมาภิบาลผ่านระบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่แข็งแกร่งซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของสังคมจริยธรรมมิติด้าน

ประชาธิปไตยและเศรษฐกิจสามารถสร้างและรักษาธรรมาภิบาลในองค์กรได้โดยการพัฒนาทัศนคติ พฤติกรรมและวัฒนธรรมที่เหมาะสมที่สนับสนุนการดำรงอยู่ของธรรมาภิบาล เป็นสิ่งสำคัญสำหรับ ความอยู่รอดและความยั่งยืนขององค์กร และเป็นผลมาจากการปฏิบัติตามหลักธรรมาภิบาลที่มุ่งเน้น การจัดการทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร

6. หลักธรรมาภิบาลส่งผลต่อสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัด ปทุมธานี ในทางบวก ($\beta = 0.675$, Sig < .01) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเชิงบวก ($R = .675$) ได้ค่า ($R^2 = .455$) ร้อยละ 45.5 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Salton (2006) หลักธรรมาภิบาลส่งผลต่อ สมรรถนะการปฏิบัติงานของข้าราชการที่ได้รับการสนับสนุนตามนโยบายใช้หลักการพื้นฐานของหลัก ธรรมาภิบาล คือลำดับในการกำหนดการดำเนินการใดๆ ที่สามารถประเมินได้ตามวัตถุประสงค์ของ โครงการและกิจกรรมตามหลักธรรมาภิบาลต้องเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมความโปร่งใสความ รับผิดชอบ ความเห็นพ้องมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Adolf, 2008)

7. การจัดการทรัพยากรมนุษย์มีความสัมพันธ์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากร ทางบวกในระดับปานกลาง ($r = .567$, Sig < .01) การจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีความสัมพันธ์กับหลัก ธรรมาภิบาลทางบวกในระดับสูง ($r = .717$, Sig < .01) และหลักธรรมาภิบาลมีความสัมพันธ์กับ สมรรถนะในการปฏิบัติงานของบุคลากรในเทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี ทางบวกในระดับสูง ($r = .675$, Sig < .01) สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Creswell (2009) การวิเคราะห์อิทธิพลของขนาดของบริษัท ความเป็นเจ้าของวัฒนธรรมประจำชาติ อุตสาหกรรมที่เข้าไปดำเนินธุรกิจในประเทศหนึ่ง อาจมาจาก ประเทศหนึ่ง ทั้งนี้เพราะปัจจัยเหล่านี้ย่อมส่งผลโดยตรงต่อหลักธรรมาภิบาลและการมุ่งเน้นให้เกิดหลัก ธรรมาภิบาลทั้งนโยบายและแนวปฏิบัติของการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ และ สอดคล้องกับการศึกษาของ Kennedy & Dresser (2009) ได้ทำการวิจัย การสร้างสมรรถนะพื้นฐานใน การปฏิบัติงาน พบว่าความฉลาดและสมรรถนะของมนุษย์จะทำให้องค์ปฏิบัติงานไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ สมรรถนะที่บุคลากรนำมาใช้ในการทำงาน เกิดความรวดเร็วในการทำงานและมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เสนอแนะเทศบาลเมือง ได้ส่งเสริมความก้าวหน้าใน ตำแหน่งหน้าที่การงานที่สูงขึ้น มีการฝึกอบรมบุคลากรให้ตรงกับสายงาน และประเมินผลการ ปฏิบัติงานตามผลงาน จะช่วยให้บุคลากรมีความเต็มใจในการปฏิบัติงาน ส่วนการจ่ายค่าตอบแทน และการคัดเลือกคนเข้าทำงานให้ตรงกับลักษณะงานของหน่วยงานเทศบาลเมือง บุคลากรให้ ความสำคัญสูงสุด

2. ด้านหลักธรรมาภิบาล เสนอแนะเทศบาลเมืองปรับปรุง ให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการ ปฏิบัติงานเพื่อเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการกำหนดเกณฑ์ประเมินผลการปฏิบัติงาน และใช้ หลักหลักความโปร่งใส การจัดการด้านงบประมาณมีคณะกรรมการเป็นองค์คณะในการอนุมัติและ

ตรวจสอบในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องจริงจัง ส่วน หลักความคุ้มค่าการทำงานของบุคลากร มีมาตรฐาน คุณภาพ รวดเร็ว และ คุ้มค่า หลักนิติธรรม มีการกำหนดขอบเขต อำนาจ และหน้าที่ ในการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน และหลักความรับผิดชอบหากมีข้อบกพร่องพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไข อย่างทันทั่วทั้งที่ บุคลากรและเทศบาลเมืองให้ความสำคัญสูงสุด จึงควรปฏิบัติอย่างต่อเนื่องทั้ง 6 หลักธรรมาภิบาล

3. ด้านสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากร เสนอแนะเทศบาลเมืองปรับปรุงสมรรถนะการปฏิบัติงาน ด้านการทำงานร่วมกันพัฒนาให้บุคลากรทุกคนสามารถเป็นหัวหน้าทีมงานได้ ด้านความคิดสร้างสรรค์ สนับสนุนให้บุคลากรคิดค้นวิธีการทำงานใหม่ๆ จนได้รับการยอมรับจากเพื่อนร่วมงานและประชาชน ด้านความรู้เกี่ยวกับงาน ด้านการทำงานให้สำเร็จ โดยทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นที่พึงพอใจของประชาชน ด้านทักษะ มีทักษะในการตัดสินใจที่รอบคอบบนพื้นฐานของหลักการ และเหตุผล

4. การจัดการทรัพยากรมนุษย์ส่งผลต่อสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากร โดยภาพรวม ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงบวก เสนอแนะให้เทศบาลเมืองปรับปรุง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้มีสมรรถนะในการปฏิบัติงาน การทำงานร่วมกัน ประเมินผลการปฏิบัติงานตามผลงาน และด้านความคิดสร้างสรรค์

5. หลักธรรมาภิบาลมีความสัมพันธ์กับสมรรถนะในการปฏิบัติงานของ เทศบาลเมือง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีความสัมพันธ์กับหลักธรรมาภิบาลทางบวกในระดับสูง เสนอแนะให้เทศบาลเมืองปรับปรุงและการพัฒนาด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้มีสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ด้านการทำงานร่วมกัน และด้านความคิดสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางในการวิจัย ครั้งต่อไป คือควรจะเน้นการจัดการทรัพยากรมนุษย์ โดยกำหนดคุณสมบัติของบุคลากรที่มีสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ด้านเทคโนโลยี สารสนเทศและการสื่อสาร และความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้มีทรัพยากรมนุษย์ที่มีสมรรถนะสูงสู่การทำงานในยุคแห่งการแข่งขันและขับเคลื่อนสู่ประเทศไทย 4.0 ต่อไป

บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2562). เทศบาลเมือง จังหวัดปทุมธานี. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <http://info.dla.go.th/travel/abtinfo.do> (ข้อมูล ณ วันที่ 22 พฤศจิกายน 2562)
กิตติ์วี เลชะกุล. (2561). **ธรรมาภิบาล วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพองค์กรของเทศบาลในเขตภาคใต้ของประเทศไทย.** (ปริญญารัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต,สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

- ณัฐพร ฉายประเสริฐ. (2562). การจัดการทรัพยากรมนุษย์และพฤติกรรมการทำงานส่งผลต่อสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงงานอุตสาหกรรมการผลิต จังหวัดปทุมธานี. **วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ**, 5(2), 514-526.
- บวรศักดิ์ อวรรณโณ และถวิลวดี บุรีกุล. (2552). **ประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม**. กรุงเทพฯ : สถาบันพระปกเกล้า.
- เบญญาภา เอกวัตร. (2556). การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การ บริหาร ส่วนตำบลในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. **วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย**, 5(1).
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง 2560 – 2564. (2560). สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี.
- เสน่ห์ จัยโต และกิตติพงษ์ เกียรติวัชรชัย. (2555). **ตัวแบบธรรมาภิบาลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสู่ความเป็นเลิศ นนทบุรี**. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- อนุชิตา พลายอยู่วงศ์ และนิตนา ฐานิตนกร. (2557). **ความพร้อมในการให้บริการ เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนของผู้ประกอบการรถทัวร์ ปรับอากาศสายอีสานเหนือ**. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Adolf, Berk, (2008). **Auditing and Management**. Routledge and Kegan Paul, London.
- Arnauld de Nadaillac. (2003). **The definition of competencies**. [Online]. Available: <http://competency.rmutp.ac.th>.
- Barber, C. S., & Tietje, B. C. (2008). A Research Agenda for Value Stream Mapping the Sales Process. **Journal of Personal Selling & Sales Management**, 28(2). 155–165.
- Boyatzis, R.E. (1999). **Clustering Competence in Emotional Intelligence: Insights from the Emotional Competence inventory (ECI)**. [Online]. Available: www.ei.haygroup.com/resources/Library_articles. Retrieved December 10, 2005
- Chuang, C.H., & Liao, H. (2010). Strategic Human Resource Management in Service Context: Taking care of business by taking care of employees and customers. **Personnel Psychology**, 63. 153-196.
- Cochran, W.G. (1953). **Sampling Techniques**. New York : John Wiley & Sons. Inc.
- Creswell, J. W. (2009). **Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches**. (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Finley, G. E., Mira, S. D., & Schwartz, S. J. (2008). Perceived paternal and maternal involvement: Factor structures, mean differences, and parental roles. **Fathering**, 6, 62-82.

- Florea, L., Cheung, Y. H., & Herndon, N. C. (2013). For All Good Reasons: Role of Values in Organizational Sustainability. **Journal of Business Ethics**, 114(3). 393–408.
- Foster PG, Huang L, Santi DV, Stroud RM. (2000). The structural basis for tRNA recognition and pseudo uridine formation by pseudo uridine synthase I. **Nature Structural Biology**, 7(1). 23-27.
- Gittell, J.H., Seidner, R.B., Wimbush, J. (2010). A Relational Model of How High-Performance Work Systems Work. **Organization Science**, 21(2). 490-506.
- Gong, Y., Chang, S., & Cheung, S. (2010). High performance work system and collective OCB: A collective social exchange perspective. **Human Resource Management Journal**. 20. 119-137.
- Gong, Y., Law, K.S., Chang, S., & Xin, K.R. (2009). Human resources management and firm performance: The differential role of managerial affective and continuance commitment. **Journal of Applied Psychology**, 94(1).
- Hellriegel, Don., Jackson Susan E., Slocum, John W. (2001). **Management: A Competency Based Approach**, 9th ed. United State of America: Thompson, South-Western Educational Publishing.
- Kennedy, Peter W.; Dresser, Sandy Grogan. (2009). **Creating a Competency-Based Workplace**. Benefits & Compensation Digest; Feb2005, 42(2). p1.
- Moore, M., & Hartley, J. (2008). Innovations in governance. **Public Management Review**, 10(1). 3–20.
- Nai-Wen Chi., & Carol Yeh-Yun Lin, (2010). Beyond the High-Performance Paradigm: Exploring the Curvilinear Relationship between High-performance Work System and Organizational Performance in Taiwanese Manufacturing Firms. **British Journal of Industrial Relations**, 49(3). 486-514.

**แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบประชาชนมีส่วนร่วม
ของเทศบาลตำบลป่าตันนาครี อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง**
**Guidelines for Development the Cultural Tourism of People
Participation: A Case Study in Patunnakrue Municipality Meatha
District, Lampang Province**

ชัยนันท์ ธรรม ขาวงาม¹

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพที่เป็นจริง ต่อแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม ในพื้นที่เทศบาลตำบลป่าตันนาครี 2) สำรวจการรับรู้ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความต้องการ ความคาดหวัง การจัดแหล่งท่องเที่ยว 3) การจัดทำแผนกลยุทธ์ 4) ประเมินผลการมีส่วนร่วม ประชากรคือ ประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลป่าตันนาครี จำนวน 8,432 คน คิดเป็นกลุ่มตัวอย่าง 355 คน รวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน กลุ่มตัวอย่าง 46 คน เพื่อสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์จำแนกหมวดหมู่ พบว่า

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นหญิง สถานภาพโสด อายุระหว่าง 41-50 ปีมากที่สุด ระดับ การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท ผลการสำรวจ และการสังเกต การสนทนากลุ่มคณะผู้บริหารตัวแทน ต้องการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

2. การรับรู้ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ความต้องการ ความคาดหวัง การจัดแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมและความจำเป็นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เตรียมการเพื่อการท่องเที่ยวปัญหา/อุปสรรค คือ งบประมาณจากภาครัฐ การประชาสัมพันธ์และการคมนาคม ไม่สะดวก ข้อเสนอแนะ คือพัฒนาสถานที่ การจัดเส้นทางท่องเที่ยวให้ชัดเจน

3. การจัดทำแผนกลยุทธ์ จากการมีส่วนร่วม ประสานความร่วมมือการทำงานของผู้บริหาร ประชาชน องค์กร นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ผู้เชี่ยวชาญ หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการ 1) กำหนดเครื่องมือ 2) กำหนดขีดความสามารถ 3) กำหนดที่ต้องพัฒนา ผลที่ได้จากการทำแผน คือ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัด แนวทางพัฒนาได้ 3 กลยุทธ์ 1: สร้างเครือข่ายความร่วมมือ 1) สร้างเครือข่ายความร่วมมือกลุ่มต่างๆ 2) ระบุบทบาทหน้าที่ 3) การตัดสินใจ และ 4) การดำเนินงาน 2: วางแผนวิสัยทัศน์ร่วม วัตถุประสงค์ นโยบาย งบประมาณ เครื่องมือประเมินผล 3: ทบทวนวิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ แผนงาน โครงการ แนวทางพัฒนา และอภิปรายสรุป

¹ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.) คณะรัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา, E-mail: thornk250@gmail.com

4. ผลการประเมิน การมีส่วนร่วมนำแผนกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ แนวทางพัฒนา การท่องเที่ยว
 1) กำหนดเครื่องมือวัดพัฒนา 2) กำหนดขีดความสามารถรองรับการท่องเที่ยว 3) กำหนดสิ่งที่ต้องพัฒนา 4) การพัฒนาสภาพทั่วไป 5) การพัฒนาระบบการตลาด

คำสำคัญ: แนวทางพัฒนาท่องเที่ยว, การวางแผนกลยุทธ์, การมีส่วนร่วม

Abstract

The purposes of this research were to; 1) study the real situation; analyze vulnerabilities, strengths weakness, opportunities and threats to study cultural tourism in the area of Patun Nakhrua. 2) explore tourism resources, travel demand, expectations, travel arrangements. 3) strategic Planning. 4) evaluation of participation. The population was 8,432 people in Patun Nakhrua Municipality, representing a sample of 355 people. The data were collected using statistical questionnaires using percentage, mean and standard deviation. A sample group of 46 people were used for the interview group and data were analyzed and categorized; the findings showed that:

1. The respondents are single female, aged between 41 - 50 years. Estimate salary 20,001 - 25,000 Baht, survey results and observations discussion group management representatives want to be a tourist.

2. Awareness of tourism resources. Expectations. The culture and the need to promote tourism. Prepare for travel Problem / Obstacle is government budget. Public relations and transportation are not easy. Suggestion is to develop a clear tourism route.

3. Of participation collaborate the work of executives, people, organizations and tourists. Entrepreneurs, experts, relevant agencies have implemented 1) Define tools. 2) Define capabilities. The results of the plan are vision, mission, goals, indicators, development strategies, 3 strategies. 1: Create a network of cooperation 1) Create a network of cooperation groups. 2) Identify roles and responsibilities. 3) Decisions and 4) Implementation. 2: Joint Vision Planning, Policy Objectives, Budgeting Tools, Evaluations 3: Revise Vision, Plan, Project, Development, and Discussion.

4. The results of the evaluation of the participation in the implementation of the strategic plan into action. 1) Develop measuring instruments for development.

- 2) Determine the capacity for tourism. 3) Determine what needs to be developed.
- 4) Develop the general condition. 5) Develop a marketing system.

Keywords: Guidelines for Development the Tourism, Strategic Planning, Participation

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทยและมีบทบาทสำคัญในการสร้างงาน สร้างรายได้แก่ประชาชนในท้องถิ่นได้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นกลไกที่สำคัญที่ทำให้มนุษย์สามารถตอบสนองความต้องการในเรียนรู้ด้วยการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีความแตกต่างจากพื้นที่อาศัยของตน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขยายตัวของระบบเครือข่ายการสื่อสาร ความก้าวหน้าเทคโนโลยีด้านการคมนาคมการแข่งขันประเทศต่างๆ เพื่อเป็น แปรนด์ของยุคโลกาภิวัตน์ (Global Brand) ล้วนส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั่วโลก สำหรับในประเทศไทยถือเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศ การท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับหลายภาคส่วน ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนอย่างกว้างขวาง กระตุ้นภาคการผลิต มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทั้งยังมีส่วนช่วยสนับสนุนฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรมประเพณี พัฒนาสาธารณูปโภค รวมถึงการอพยพเข้าสู่เมือง (World Tourism Organization, 2004) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นจึงเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ทั้งภาครัฐและเอกชนต่างให้ความสนใจผลักดันและพัฒนาอย่างต่อเนื่องในทิศทางที่พึงประสงค์ตามรูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (นิศา ชัชกุล, 2550) (Haugland et al, 2011)

ในพื้นที่เทศบาลตำบลปาดันนาคร้ว ลักษณะภูมิประเทศที่เป็นธรรมชาติ ความเป็นท้องถิ่นดั้งเดิม เป็นธรรมชาติ ความสวยงามทางด้านวัฒนธรรมของล้านนากำลังถูกเล้าก้นปากต่อปากทำให้ปัจจุบันกลายเป็นเมืองที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเมืองหนึ่งของภาคเหนือ แหล่งท่องเที่ยวให้ผู้สนใจได้ท่องเที่ยวมากมาย ทั้งสถานที่ทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี แหล่งอารยธรรม โบราณโดยเฉพาะวัดเก่าแก่มิให้เห็นที่น่าสนใจของอำเภอแม่ทะในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลปาดันนาคร้ว ได้แก่ วัดป่าต้นหลวง ตำบลปาดัน ตำบลแม่ทะ จังหวัดลำปาง ที่สร้างขึ้นสมัยเจ้าแม่จามเทวี มีโบราณวัตถุโบราณสถานอันล้ำค่ามากมายโดยเฉพาะพระพุทธรูปเจ้าไม้แก่นจันทร์ชุ่มประตู่โขง แผ่นศิลาจารึก พระธาตุและภาพไม้แกะสลักโบราณ ตั้งอยู่ที่บ้านปาดันส่วนบนประตู่ไม้แกะสลักโบราณในวัดป่าต้นหลวงที่มีความประณีตงดงาม หาดูยาก นอกจากนี้โบราณสถานอันล้ำค่า พระพุทธรูปไม้แก่นจันทร์ ประดิษฐานมณฑปปราสาท ณ วัดป่าต้นหลวง ตำบลปาดัน เป็นพระพุทธรูปที่เก่าแก่ มีประวัติยาวนานนับพันปี และถือเป็นที่สักการบูชาของชาวแม่ทะและชาวลำปาง สร้างพร้อมกับพระวิหารหลังเก่าคล้ายๆ กับประตูเข้าพระวิหารวัดพระธาตุปางหลวง บนยอดสุดจะมีลักษณะ คล้ายกับ

พระธาตุพนม มีความสวยงามละเอียดลออมากวัดสำนักสงฆ์พระธาตุคอกพระณาน ตำบลป่าตันคอกพระณานตั้งอยู่บนแนวภูเขา (สำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลตำบลป่าตันนาครีข้อมูล, 2556)

อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าเทศบาลตำบลป่าตันนาครี จะมีลักษณะภูมิประเทศที่เป็นธรรมชาติ ความเป็นท้องถิ่นดั้งเดิม ทั้งบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ ความสวยงามทางด้านวัฒนธรรมของล้านนากำลังถูกเล่ากันปากต่อปากทำปัจจุบันกลายเป็นเมืองที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเมืองหนึ่งของภาคเหนือ แหล่งท่องเที่ยวให้ผู้สนใจได้ท่องเที่ยวมากมาย ทั้งทาง ประวัติศาสตร์ โบราณคดีเหมาะสำหรับการท่องเที่ยวของภูมิภาค แต่ ยังมีปัญหาเกิดขึ้นที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดหลายประการ ทั้งในเรื่องของความพร้อมของสถานที่ ท่องเที่ยวและสถานบริการ รวมไปถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินนโยบายของภาครัฐ ซึ่งจุดนี้เองที่เป็นตัวจุดไม่ไห้แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เทศบาลตำบลป่าตันนาครี ได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งด้านการท่องเที่ยวได้เต็มศักยภาพดังที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยจึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่ส่งผลกระทบต่อการจัด การท่องเที่ยวภายในพื้นที่เทศบาลตำบลป่าตันนาครี เพื่อให้สามารถแข่งขันกับแหล่ง ท่องเที่ยวต่างๆ ที่อยู่รายรอบ รวมถึงเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแผนยุทธศาสตร์เพื่อผลักดันให้พื้นที่ให้เป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวของจังหวัดลำปางและเป็นที่รู้จักในภูมิภาคนี้ได้

จากสถานการณ์เกี่ยวกับปัญหาดังกล่าวที่เกิดขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่หลายประการ ทั้งในเรื่องของความพร้อมของสถานที่ ท่องเที่ยวและสถานบริการ รวมไปถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินนโยบายของภาครัฐ ซึ่งจุดนี้เองที่เป็นตัวจุดไม่ไห้แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เทศบาลตำบลป่าตันนาครี ได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งด้านการท่องเที่ยวได้เต็มศักยภาพ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่ต้องทำการวิจัยเกี่ยวกับ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบประชานิยมมีส่วนร่วมของเทศบาลตำบลป่าตันนาครี โดยความร่วมมือของประชาชนในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมในการดำเนินงานดังมีวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพที่เป็นจริง วิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาสและอุปสรรคแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ของเทศบาลตำบลป่าตันนาครี อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง
2. เพื่อสำรวจการรับรู้ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความต้องการ ความคาดหวัง การจัดแหล่งท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ป่าตันนาครี อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง
3. เพื่อการจัดทำแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาสู่การปฏิบัติในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลป่าตันนาครี อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง
4. เพื่อประเมินผลการมีส่วนร่วมของประชาชนในการนำแผนกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเทศบาลตำบลป่าตันนาครี อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง

สมมติฐานการวิจัย

1. ประชาชนที่มี เพศ ต่างกัน มีความคิดเห็นการรับรู้ต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบประชาชนมีส่วนร่วมของเทศบาลตำบลป่าต้นนาคร้ว ด้าน 1) ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อม 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความต้องการ ความคาดหวัง 3) การจัดทำแผนกลยุทธ์บริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4) การมีส่วนร่วมในการทำแผนกลยุทธ์ แตกต่างกัน

2. ประชาชนที่มี อายุ ต่างกัน มีความคิดเห็น การรับรู้ต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบประชาชนมีส่วนร่วมของเทศบาลตำบลป่าต้นนาคร้ว ด้าน 1) ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อม 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความต้องการ ความคาดหวัง 3) การจัดทำแผนกลยุทธ์บริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4) การมีส่วนร่วมในการทำแผนกลยุทธ์ แตกต่างกัน

3. ประชาชนที่มีการศึกษา ต่างกัน มีความคิดเห็น การรับรู้ต่อ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบประชาชนมีส่วนร่วมของเทศบาลตำบลป่าต้นนาคร้ว ด้าน 1) ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อม 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความต้องการ ความคาดหวัง 3) การจัดทำแผนกลยุทธ์บริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4) การมีส่วนร่วมในการทำแผนกลยุทธ์ แตกต่างกัน

4. ประชาชนที่มีอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็น การรับรู้ต่อ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบประชาชนมีส่วนร่วมของเทศบาลตำบลป่าต้นนาคร้ว ด้าน 1) ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อม 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความต้องการ ความคาดหวัง 3) การจัดทำแผนกลยุทธ์บริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4) การมีส่วนร่วมในการทำแผนกลยุทธ์ แตกต่างกัน

5. ประชาชนที่มี รายได้ต่อเดือน ต่างกัน มีความคิดเห็น การรับรู้ต่อ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบประชาชนมีส่วนร่วมของเทศบาลตำบลป่าต้นนาคร้ว ด้าน 1) ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อม 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความต้องการ ความคาดหวัง 3) การจัดทำแผนกลยุทธ์บริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4) การมีส่วนร่วมในการทำแผนกลยุทธ์ แตกต่างกัน

6. ประชาชนที่มี ระยะเวลาอาศัยอยู่ในชุมชนที่ต่างกัน มีความคิดเห็น การรับรู้ต่อ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบประชาชนมีส่วนร่วมของเทศบาลตำบลป่าต้นนาคร้ว ด้าน 1) ข้อมูลด้านสภาพแวดล้อม 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความต้องการ ความคาดหวัง 3) การจัดทำแผนกลยุทธ์บริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 4) การมีส่วนร่วมในการทำแผนกลยุทธ์ แตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

เนื้อหาในการวิจัย คือ 1) สภาพที่เป็นจริง การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค และการสำรวจ การรับรู้ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความต้องการ ความคาดหวัง การจัดแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ 2) การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนกลยุทธ์สู่ การปฏิบัติในการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ 3) นวัตกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ส่งเสริมในการบริหาร

จัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่4) ประเมินผลการมีส่วนร่วมในการนำแผนกลยุทธ์สู่การปฏิบัติในการบริหารพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

พื้นที่วิจัย พื้นที่ทำการวิจัย เทศบาลตำบลป่าต้นนาคร้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นลักษณะเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประเภทการสืบทอดทางวัฒนธรรม ที่ดำเนินการโดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมเป็นหลัก รวมถึงแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความแปลกแตกต่างไปจากวัฒนธรรมเดิมของตนเอง ทั้งในเรื่องของวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คน ตลอดจนสถานที่แหล่งโบราณสถาน ประวัติศาสตร์ ประเพณี พิธีกรรม ความเชื่อ และศิลปะแขนงต่างๆ (วรศักดิ์ เหลืองสุวรรณ, 2553 และรสิกา อังกร, 2553: 48)

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย 6 ด้าน 1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ 2) โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์ 3)งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม 4) ศิลปะหัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้นและแกะสลัก 5) ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา 6) ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ 7) ภาษาและวรรณกรรม 8) วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย อาหาร 9) ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่างๆ (วีระพล ทองมา และคณะ, 2554: 15-18)

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม Mill, R. & Morrison, A. M. (1992) กล่าวถึงการพัฒนาสำเร็จต้องพัฒนา 3 ด้าน 1) สิ่งดึงดูดใจ จากการท่องเที่ยว (Attractions) 2) ความสำราญจากแหล่งท่องเที่ยว (Amenities)มี 2 ประเภท (1) ปัจจัยพื้นฐาน การคมนาคม (2) สิ่งอำนวยความสะดวก 3) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) (1) ความเพียงพอต่อความต้องการนักท่องเที่ยว (2) ความสะดวกสบายซึ่งสุภาพร วรพล (2546) กล่าวถึงการพัฒนาจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม 1) ผู้มีอำนาจหน้าที่คือประกอบการ ชุมชนท้องถิ่น 2) ต้องทำความเข้าใจกับชุมชนการให้ความร่วมมือในการจัดการร่วมกัน 3) นักท่องเที่ยว ควรได้รับข้อมูลแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมก่อน 4) การพัฒนาชุมชนด้านจิตสำนึกให้ความรู้ด้านต่างๆ 5) สิ่งที่จะนำไปปฏิบัติต่อการท่องเที่ยวต้องผ่านการยอมรับจากชุมชนท้องถิ่นก่อน

การวางแผนยุทธศาสตร์ (Strategic Planning) เป็นกระบวนการตัดสินใจกำหนดทิศทางในอนาคตบนพื้นฐานข้อมูลที่รอบด้านต้องการให้เกิดศักยภาพขีดความสามารถองค์กรการเปลี่ยนแปลง สภาพแวดล้อมต่างๆ ด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม แนวทางที่จะบรรลุสภาพการณ์ในอนาคตต้องเป็นระบบ แนวทางที่กำหนดเป็นขั้นเป็นตอน มี 3 1) องค์กรกำลังจะก้าวไปทางไหน (Where are you going?) 2) สภาพแวดล้อมเป็นอย่างไร (What is the environment?) 3) องค์กรจะไปถึงจุดหมายได้อย่างไร (How do you get there?) (ชัยนันท์ธรรณ ขาวงาม, 2556: 142-148)

กฎของการวางแผนเชิงกลยุทธ์ คือ 1) การแปลงกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ ว่าต้องทำอะไรบ้าง 2) ปรับองค์การสอดคล้องกับกลยุทธ์ บทบาทหน้าที่ความรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน 3) ทำให้กลยุทธ์เป็นเสมือนงานประจำวันทุกคน สนับสนุนความสำเร็จของกลยุทธ์ 4) ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงด้วยภาวะผู้นำที่เข้มแข็ง (ชัยนันทิธรณ์ ขาวงาม, 2556: 142-148) (David, F. R., 1995) (Certo & Peter, 1991)

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ 1. สร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดการพัฒนา 1) ประสานความร่วมมือการทำงาน 2) การวางแผนร่วมกัน 3) การติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน 2. สร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน กลุ่มต่างๆ 1) ประสานความร่วมมือกลุ่มต่างๆ (1) ผู้บริหารในท้องถิ่น (2) ประชาชน (3) ผู้ประกอบการ (4) หน่วยงาน (5) นักท่องเที่ยว 2) ชุมชนใกล้เคียง 3) นอกพื้นที่ 4) ผู้เชี่ยวชาญ 5) หน่วยงานเกี่ยวข้อง

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

วิจัยครั้งนี้ ประชากรจำนวน 8,432 คน สุ่มตัวอย่างจากประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ใช้แนวคิดการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane และความคลาดเคลื่อน 5% ได้กลุ่มตัวอย่าง 355 คน ความน่าจะเป็น (Probability sampling) การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) สำหรับตอบแบบสอบถาม และเลือกบุคคลกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้นำชุมชน 12 หมู่บ้าน ละ 3 คน จำนวน 36 คน ผู้บริหาร 10 คน รวม 46 คน สำหรับการจัดกลุ่มสนทนา (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2554:100)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือในการศึกษา ดังนี้ 1) ใช้แบบสอบถาม สำนวสสภาพปัจจุบัน ปัญหา สำนวสการรับรู้ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความต้องการ ความคาดหวัง การจัดแหล่งท่องเที่ยว 2) การจัดประชุมกลุ่มสนทนา สภาพปัจจุบัน ปัญหา การวิเคราะห์ สภาพแวดล้อม 3) การจัดประชุมกลุ่มในการวางแผนกลยุทธ์ 4) สำนวสความคิดเห็นการจัดประชุมกลุ่มสนทนา เป็นการตรวจสอบประเมินจากการมีส่วนร่วม

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของข้อมูลที่ได้จากแบบบันทึกแบบสังเกต แบบสัมภาษณ์การบันทึก ผลการประชุมกลุ่มย่อย การตรวจสอบแบบสามเส้ายืนยันข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูล ดำเนินการจำแนก ข้อมูลที่รวบรวมได้ จัดเป็นหมวดหมู่ วิเคราะห์ การบรรยายผลสะท้อนกลับ มีขั้นตอนการวิเคราะห์ดังนี้

1. ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามมาแปลงข้อมูลเป็นรหัสตัวเลขและบันทึกลงในสื่อนคอมพิวเตอร์ วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1) ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจสภาพปัจจุบันปัญหา การรับรู้ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความต้องการ ความคาดหวัง และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค แนวทางการนำแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวสู่การปฏิบัติ โดยการจัดเวทีเสวนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แนวคิด ประสพการณ์การถอดบทเรียนจากการสนทนากลุ่ม เขียนรายงานเชิงพรรณนา และการใช้สถิติพื้นฐาน ร้อยละความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2) ข้อมูลที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นใช้สถิติพื้นฐาน ร้อยละ และความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การประเมินการมีส่วนร่วมการทำแผนกลยุทธ์สู่การบริหารจัดการ การนำแผนกลยุทธ์สู่การปฏิบัติ การดำเนินงานตามแผนปฏิบัติ ปัญหาอุปสรรค การนำแผนกลยุทธ์สู่การปฏิบัติและแนวทางการบริหารการพัฒนา เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์เนื้อหาโดยนำข้อมูลที่ได้นำมาจำแนกจัดหมวดหมู่แล้วสรุปจัดเป็นหมวดหมู่เดียวกัน

สรุปผลการวิจัย

1. ผลจากผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีสถานภาพโสดมีสถานภาพสมรส อายุระหว่าง 41 - 50 ปี ระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-25,000 บาท สำรวจพื้นที่ การสังเกต สนทนากลุ่มคณะผู้บริหารของเทศบาล และตัวแทนชุมชนประชาชนในพื้นที่ที่มีความต้องการที่จะให้พื้นที่และตำบลใกล้เคียงได้จัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

2. ผลการสำรวจการรับรู้ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความต้องการความคาดหวัง การจัดแหล่งท่องเที่ยว แบ่งเป็น 5 ส่วน 1) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม ได้รับคืน จำนวน 355 ราย 2) การรับรู้ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความต้องการความคาดหวังการจัดแหล่งท่องเที่ยว ในพื้นที่ด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ 3) ความต้องการความจำเป็นในการท่องเที่ยว พบว่ามีความต้องการ ความจำเป็นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ 4) ความคาดหวัง ที่เตรียมสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวความคาดหวัง การเตรียมพื้นที่เพื่อนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน ภายนอกแหล่งท่องเที่ยว ใช้ทฤษฎีระบบในการวิเคราะห์เชิงสถานการณ์ ปัจจัยต่างๆ ที่มีอยู่ มีแนวทางพัฒนาภายใต้บริบท ร่วมกับการวิเคราะห์ ด้วยการ SWOT Analysis การสำรวจพื้นที่ การสนทนากลุ่มคณะผู้บริหารและตัวแทนชุมชนมีความต้องการที่จะให้พื้นที่ของตำบลป่าตันและตำบลใกล้เคียงได้จัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว การชี้แจงแนะนำสถานที่ที่น่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะหลายมิติ และ 5) ข้อเสนอแนะเป็น 2 ด้าน (5.1) ความต้องการด้านต่างๆ (1) ให้เจ้าของพื้นที่พัฒนาดูแลสถานที่ของตนให้น่าเที่ยว (2) ต้องการจัดเส้นทางท่องเที่ยวให้ชัดเจน (3) จัดงานสงฆ์พระเจ้าแม่แก่นจันทร์ให้ยิ่งใหญ่ (5.2) ด้านปัญหา/อุปสรรค (1) ขาดการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ (2) ขาดการประชาสัมพันธ์

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดทำแผนกลยุทธ์เพื่อพัฒนาสู่การปฏิบัติในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว คือ 1) การประสานความร่วมมือของกลุ่มต่างๆ ในพื้นที่ (1) ผู้บริหารในท้องถิ่น

(2) ชาวบ้าน/ประชาชนในพื้นที่ (3) ผู้ประกอบการ (4) หน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้องในชุมชน (5) นักท่องเที่ยว 2) ชุมชนใกล้เคียง 3) ผู้ประกอบการนอกพื้นที่ 4) ผู้เชี่ยวชาญ/นักวิชาการ 5) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การสร้างการมีส่วนร่วมในการพัฒนา (5.1) ประสานความร่วมมือในการทำงาน (5.2) การวางแผนร่วมกัน (5.3) การติดตามประเมินผล และการกำหนดเครื่องมือในการจัดการพัฒนา 1) เครื่องมือการพัฒนา 2) ชัดความสามารถรองรับการท่องเที่ยว 3) สิ่งที่ต้องพัฒนา 4) การพัฒนาสภาพทั่วไป 5) การพัฒนาระบบการตลาด จากการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (PAR) เป็นวงจร 3 วงจร 1) วงจรการวางแผน 2) วงจรการปฏิบัติและสังเกต 3) วงจรสะท้อนการปฏิบัติ ดังนี้คือ

1) วงจรการวางแผน ใช้วิธีการสนทนา กลุ่มการระดมสมอง และกระบวนการวิเคราะห์ (SWOT Analysis) ผลที่ได้จาก การวางแผน จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) การระดมพลังสมองและอภิปราย ผลการวิเคราะห์ SWOT และผลสะท้อนการปฏิบัติ ได้มีกิจกรรมคือ

(1) การกำหนดวิสัยทัศน์ มีพันธกิจ มีเป้าประสงค์ มีการกำหนดตัวชี้วัดเป้าประสงค์ มีกลยุทธ์ มีแนวทางทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

(2) การสร้างกลยุทธ์ทางเลือกการท่องเที่ยว ได้ดังนี้ คือ

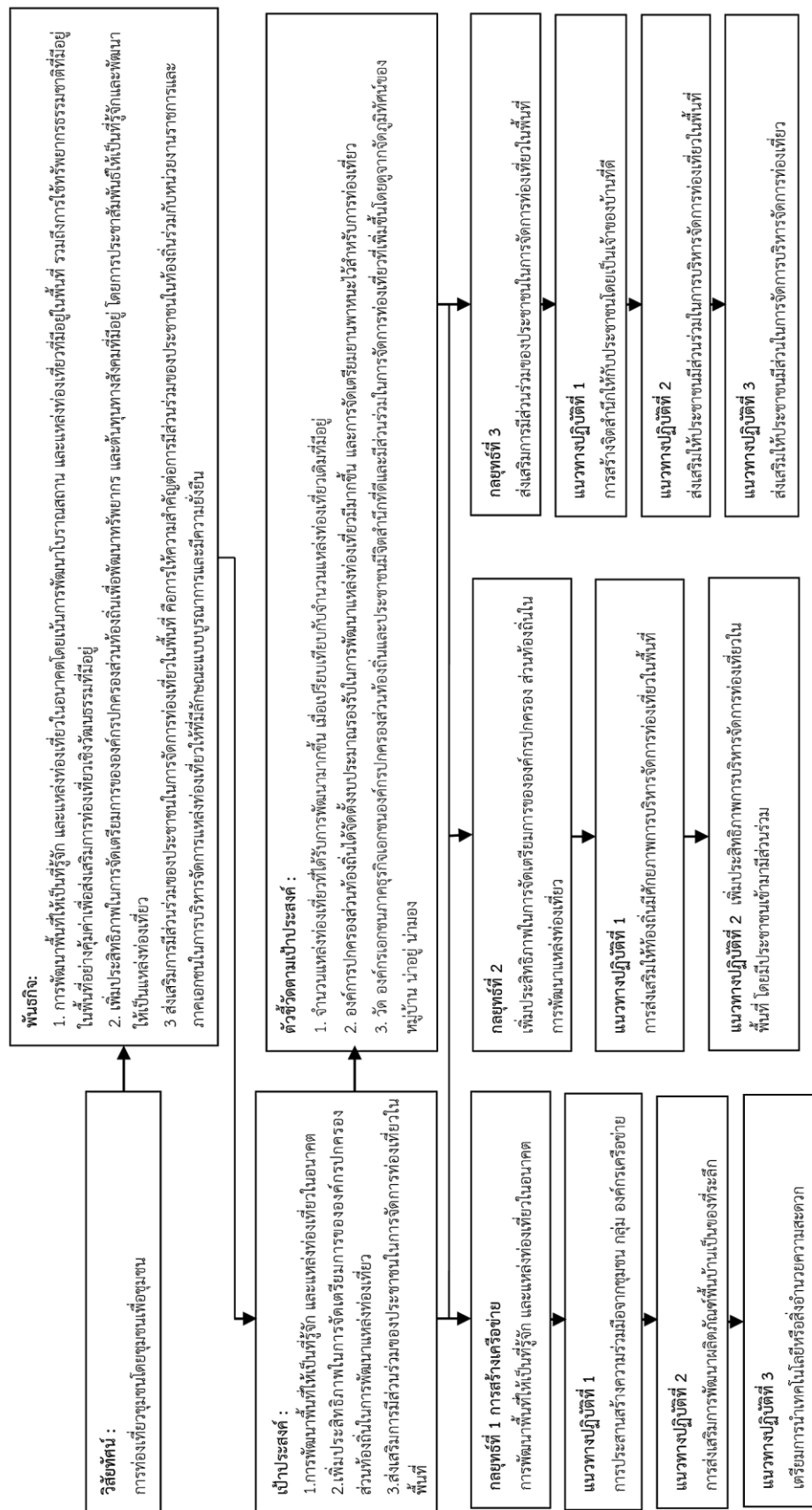
กลยุทธ์ที่ 1: การสร้างเครือข่ายความร่วมมือส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นในพื้นที่มีส่วนร่วม การพัฒนาการท่องเที่ยว ครอบคลุม 4 ประเด็น (2.1) สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างองค์กรและกลุ่มคนต่างๆ การตัดสินใจกำหนดนโยบาย การวางแผน การตลาด องค์กรกลุ่มคนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง (2.2) ระบุอย่างชัดเจนว่าองค์กร กลุ่มคนแต่ละกลุ่ม มีหน้าที่ บทบาท ขอบเขตการจัดการระดับใด (2.3) ตัดสินใจร่วมกันว่าจะใช้มรดกทางวัฒนธรรมชุมชน (2.4) องค์กรกลุ่มคนทุกฝ่ายต้องสนใจ

กลยุทธ์ที่ 2: การวางแผน การให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คนท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการวางแผน ชักชวนหน่วยงานและกลุ่มคนภายนอกพื้นที่ได้เข้ามา มีบทบาท แผนที่ได้ต้องชัดเจนให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มสามารถปฏิบัติตามได้ในทิศทางเดียวกัน คือ วิสัยทัศน์ของชุมชน วัตถุประสงค์ของแผน

กลยุทธ์ที่ 3: การกำหนดเครื่องมือพัฒนาท่องเที่ยวมีส่วนร่วมการวางแผนดำเนินงาน ตามแผน ติดตามผลการดำเนินงานสอดคล้องกับความต้องการทุกกลุ่ม วัตถุประสงค์ นโยบายแผน การท่องเที่ยว

2) การปฏิบัติและการสังเกต ที่ประชุมดำเนินการทบทวนวิสัยทัศน์ กำหนดประเด็น ยุทธศาสตร์ การบริหารจัดการแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยว สมาชิกในที่ประชุมมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ระดมสมอง อภิปราย สรุปกำหนดเป็นวิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ของการบริหารได้แผนงานโครงการฯ แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวแบบประชาชนมีส่วนร่วมของเทศบาล ตำบล คือ วิสัยทัศน์ การท่องเที่ยวชุมชน โดยชุมชนเพื่อชุมชน ตามแผนภาพที่ 1 ดังนี้

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีส่วนร่วมของเทศบาลตำบลปาดันนาคร้าว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง



แผนภาพที่ 1 แผนยุทธศาสตร์แนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบประชาชนมีส่วนร่วมของเทศบาลตำบลปาดันนาคร้าว

3) การสะท้อนการปฏิบัติ สมาชิกในที่ประชุมได้ทบทวนวิสัยทัศน์ ยอมรับผลการสร้างกลยุทธ์ทางเลือกที่มี วิสัยทัศน์ ยุทธศาสตร์ กำหนดแผนงานโครงการภายใต้ที่เหมาะสม การดำเนินงานมีส่วนร่วมในการนำแผนกลยุทธ์สู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวแบบประชานิยมมีส่วนร่วม

ตอนที่ 4 ผลการประเมินการมีส่วนร่วมของประชาชนในการนำแผนกลยุทธ์สู่การปฏิบัติพบว่า คณะกรรมการชุมชน/ผู้นำชุมชนได้มีการทบทวนวิสัยทัศน์ แผนงานโครงการการนำสู่การปฏิบัติส่วนใหญ่การนำแผนกลยุทธ์สู่การปฏิบัติมีการกำหนดเครื่องมือในการจัดการพัฒนา 1) กำหนดเครื่องมือวัดประสิทธิภาพประสิทธิผลการพัฒนา 2) การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับการท่องเที่ยว 3) การกำหนดสิ่งที่ต้องพัฒนา 4) การพัฒนาสภาพทั่วไป 5) การพัฒนาระบบการตลาด

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ สภาพที่เป็นจริง จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกแหล่งท่องเที่ยวมีจุดแข็ง คือ 1) มีเอกลักษณ์ สัญลักษณ์และ บางแห่งอยู่ในคำขวัญของอำเภอแม่ทะ คือ มีลำน้ำจางหล่อเลี้ยงเศรษฐกิจ มีพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์พระไม้แก่นจันทน์มีสินแร่สำคัญถ่านหินดินขาว อาชีพยืนยาวงานและผลิตภัณฑ์การแกะสลัก และมีถ้ำพระสบาย 2) เป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สำคัญอำเภอแม่ทะ 3) มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและจิตใจ สอดคล้องกับ พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล (2553) ได้พบว่า มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงโดดเด่นด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวมอญด้านประวัติศาสตร์ ด้านโบราณสถานและโบราณวัตถุ ได้แก่ วัดมอญ เตาโอ่งอ่างเครื่องปั้นดินเผา ตุ่มสามโคก ด้านประเพณี เทศกาล คืองานแห่เสาหงส์ธงตะขาบ และวิถีชีวิตของชุมชน แต่ก็มีจุดอ่อนเหมือนกันคือ บางแห่งอยู่ไกลจากตัวเมือง ทำให้ต้องใช้เวลาในการเดินทาง สำหรับโอกาส มีหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนในการท่องเที่ยว คนไทยสนใจและใส่ใจกับศิลปะ วัฒนธรรมมากขึ้น รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมให้คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ มีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย จังหวัดลำปาง เป็นจังหวัดที่มีทำเลเหมาะสม การเดินทางได้ทั้งทางรถยนต์และทางรถไฟ สอดคล้องกับ วีระพล ทองมา (2554) ได้พบว่า การบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวของทุกชุมชนสามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกัน และแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจในการท่องเที่ยวชนเผ่าเพิ่มขึ้น ส่วนอุปสรรค มีผู้ประกอบการยังไม่กล้ามาลงทุนเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่การจัดเตรียมความพร้อมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ ยังล่าช้า ขาดการสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐและเอกชน ยังไม่กล้ามาลงทุน สภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้นักท่องเที่ยวยังไม่ค่อยสนใจเรื่องการท่องเที่ยวมากขาดการเชื่อมต่อเส้นทางท่องเที่ยว จากแหล่งท่องเที่ยวภายนอก สอดคล้องกับพนิตสุภา ธรรมประมวล และคณะ (2553) พบว่า กลยุทธ์และแผนการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนในจังหวัดลพบุรี จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ปัจจัยภายในและภายนอก ได้แก่ 1) จุดแข็ง (1) เป็นสัญลักษณ์และบางแห่งอยู่ในคำขวัญจังหวัด (2) เป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ 2) จุดอ่อน (1) บางแห่งอยู่ไกลจากตัวเมือง ทำให้ต้องใช้เวลาในการเดินทาง (2) ขาดบุคลากรที่สามารถให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว 3) โอกาส (1) หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว (2) คนไทยสนใจกับศิลปวัฒนธรรม มากขึ้น 4) อุปสรรค (1) ผู้ประกอบการหวังผลประโยชน์จากนักท่องเที่ยวเกินไป (2) การจัดร้านของร้านค้าบริเวณรอบๆ ขาดความเป็นระเบียบ

2. การรับรู้ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความต้องการ ความคาดหวัง การจัดแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ป่าต้นนาคร้ว ดังนี้

2.1 การรับรู้ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความต้องการความคาดหวังการจัดแหล่งท่องเที่ยว พบว่า คำร้อยละการรับรู้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในพื้นที่ เป็นข้อมูลพื้นฐานด้านความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประชาชนส่วนใหญ่มี การรับรู้ทรัพยากรการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ พนิตสุภา ธรรมประมวล และคณะ (2553) พบว่า 1) การรับรู้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลพบุรี นักท่องเที่ยวรับรู้ทรัพยากรการท่องเที่ยวผ้าทอมัดหมี่โคกเจริญลายดอกพิกุลและดอกทานตะวันเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัด โบราณคดีโป่งมะนาว อำเภอพัฒนานิคม นักท่องเที่ยวรับรู้ทรัพยากรการท่องเที่ยว ในระดับน้อย คือ (1) พิพิธภัณฑ์เรือพื้นบ้านที่วัดยาง (2) งานฝีมือเครื่องทองเหลือง มีการผลิตและจำหน่ายที่บ้านท่ากระยาง (3) วัดอัมพวันเป็นศูนย์วัฒนธรรมของชาวไทยรามัญบ้าน บางขันหมาก (4) ที่ตำบลมหาสอน อำเภอบ้านหมี่เป็นแหล่งเครื่องจักสานไม้ไผ่ฝีมือเยี่ยม (5) มีเทศกาลบุญบั้งไฟที่อำเภอโคกเจริญในช่วงกลางเดือน 6 ของทุกปี

2.2 ความต้องการและความจำเป็นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ พบว่า คำร้อยละในสิ่งที่มีความต้องการและความจำเป็นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความจำเป็นในพื้นที่เพื่อให้เกิดการส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ คิดว่ายังไม่มีมีความจำเป็น สอดคล้องกับ ชิชนุชา ปานศิริ (2551) ที่พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับน้อย

2.3 ความคาดหวัง ที่เตรียมสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว พบว่า คำร้อยละความคาดหวังที่เตรียมสำหรับนักท่องเที่ยว เป็นข้อมูลของประชาชนที่มีความคาดหวังที่เตรียมสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ป่าต้นนาคร้ว ส่วนใหญ่ คิดว่ายังไม่มีหรือไม่แน่ใจ จากการสนทนากลุ่มคาดหวังให้พื้นที่ของตำบลป่าต้นและตำบลใกล้เคียงได้จัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว การชี้แจงแนะนำสถานที่ที่น่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวในลักษณะหลายมิติ สอดคล้องกับ พนิตสุภา ธรรมประมวล และคณะ (2553) ที่พบว่า ความคาดหวังนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจังหวัดลพบุรีมีความคาดหวัง ระดับมาก คือ 1) มีพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นแสดงภูมิปัญญาชาวบ้าน 2) มีของที่ระลึก/ของฝากที่เป็นสัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวจำหน่าย 3) มีของที่ระลึก/ของฝากที่หาซื้อได้สะดวกในราคา ที่เป็นธรรม 4) สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก 5) มีเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกประจำแหล่งท่องเที่ยว 6) มีสิ่งอำนวยความสะดวกในทุกแหล่งท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ เป็นต้น

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าต้นนาคร้ว โดยสรุป ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวพื้นที่ป่าต้นนาคร้ว (1) ความต้องการ อยากให้เจ้าของพื้นที่พัฒนาดูแล สถานที่ของตนให้น่าเที่ยว ต้องการจัดเส้นทางท่องเที่ยวให้ชัดเจน จัดงานสงกรานต์พระเจ้าไม้แก่นจันทน์ให้ยิ่งใหญ่ ให้สมาคมท่องเที่ยวสภาวัฒนธรรมสนับสนุนทุกด้านที่สามารถ ทำได้ ปรับพื้นที่ให้แขกที่มาท่องเที่ยวสามารถพักค้างคืนได้ เช่น Home stay รมรงค์ให้คนในพื้นที่ รู้จักและหวงแหนไว้ให้คนรุ่นหลังสืบต่อไป (2) การประสาน ขอความร่วมมือกับผู้นำและองค์กรที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญและลงมือทำ

อย่างจริงจัง เน้นงานของพัฒนาชุมชนเป็นยุทธศาสตร์เร่งด่วน เรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านอื่น ตามบริบทในพื้นที่ที่มีทรัพยากรอย่างหลากหลาย (3) การจัดทำแผนยุทธศาสตร์พัฒนาในด้านการท่องเที่ยว ในพื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม และทรัพยากรที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ ดอยพระมาน บ้านป่าตัน หมู่ 5 พระเจ้าไม้แก่นจันทน์ วัดป่าตันหลวง วิหารโบราณ วัดอุโบราณ วัดนาคตหลวง หอพระไตรปิฎก และคัมภีร์ใบลาน วัดสันฐาน ชุมประตูลองช้างวัดศรีอ้วน สิ่งประดิษฐ์ ไม้ฉลุ บ้านห้วยผาย (ครัวเรือน) แกะสลักบ้านหลุก กระเป๋านั่งเย็บ มีสิ่งที่ต้องปรับปรุง ได้แก่ ดอยพระมาน (4) การประชาสัมพันธ์ ถึงสิ่งดีๆ ที่มีอยู่ เช่น พระเจ้าไม้แก่นจันทน์ วิหารโบราณวัดอุโบราณ วัดนาคตหลวง หอพระไตรปิฎก-คัมภีร์ใบลาน ถ้าพระสบาย ฟาร์มเพาะเชื้อเห็ดฟาง บ้านป่าตัน บ้านสมทะ นาคตแพะ (5) การพัฒนาพื้นที่การคมนาคมไปสถานที่ท่องเที่ยวไม่สะดวก ขาดการบริหารจัดการที่ดี เช่น การจัดสถานที่ การรักษาความสะอาด การจัดอบรมให้มีมัคคุเทศก์ เพื่อการถ่ายทอด การสืบสาน อนุรักษ์ การปรับพื้นที่ในการจอดรถ (6) การเปิดโอกาสให้คนในชุมชนที่มีความรู้ ความสามารถ ในเรื่องของภูมิปัญญาท้องถิ่นได้แสดงออก การเชิญผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมเสวนา หรือเรื่องการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง หาวิธีการพัฒนาโดยการเชิญเจ้าอาวาส, ผู้รู้, นายทุก อบต., ราษฎรชาวบ้าน ผู้ใหญ่บ้าน, กำนัน, พัฒนาชุมชน, สมาคมแหล่งท่องเที่ยว, วัฒนธรรมอำเภอ, สมาคมหอการค้า, ผู้อำนวยการโรงเรียนทุกโรงเรียนในพื้นที่, เกษตรอำเภอ, เจ้าหน้าที่สาธารณสุข, สำนักงานการศึกษาตามอัธยาศัยและการศึกษานอกระบบโรงเรียน (กศน.) เป็นต้น (7) การจัดสรรงบประมาณเพื่อพัฒนา ปัจจุบันการสนับสนุนงบประมาณจากภาครัฐ การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมแกนนำ การให้ความรู้แก่คนในชุมชนให้เห็นคุณค่าในสิ่งที่มีอยู่

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ประโยชน์

1. มีความต้องการ อยากให้เจ้าของพื้นที่พัฒนาดูแล สถานที่ของตนให้น่าเที่ยว ต้องการจัดเส้นทางท่องเที่ยวให้ชัดเจน จัดงานสงกรานต์พระเจ้าไม้แก่นจันทน์ให้ยิ่งใหญ่ ให้สมาคมท่องเที่ยว สภาพัฒนธรรมสนับสนุนทุกด้านที่สามารถทำได้ ปรับพื้นที่ ทำพื้นที่ให้แขกที่มาท่องเที่ยว สามารถ พักค้างคืน ได้ เช่น Home stay รมรงค์ให้คนในพื้นที่ รู้จักและหวงแหนไว้ให้คนรุ่นหลังสืบต่อไป
2. การประชาสัมพันธ์ ถึงสิ่งดีๆ ที่มีอยู่ เช่น พระเจ้าไม้แก่นจันทน์ วิหารโบราณ-วัดอุโบราณ วัดนาคตหลวง หอพระไตรปิฎก-คัมภีร์ใบลาน วัดสันฐาน ชุมประตูลอง (ช้าง)

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

- 1 ควรทำวิจัยเกี่ยวกับกลยุทธ์และการวางแผน การดำเนินงานการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดลำปาง
2. ควรทำวิจัยในเชิงการพัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมครบวงจรในจังหวัดลำปางแบบประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วม

3. ควรทำวิจัยกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบผสมผสานกิจกรรมในพื้นที่ของจังหวัดลำปาง

บรรณานุกรม

- กาญจนา แสงลี้มสุวรรณ และ ศรีนยา แสงลี้มสุวรรณ. (2555). การท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยบูรพา
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2548). ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ชัยนันทธรณ์ ขาวงาม. (2556). การบริหารเชิงกลยุทธ์. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- ชิษณุชา ปานศิริ. (2551). การมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษา เขตเทศบาลเมืองเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม, กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- นิศา ชัชกุล. (2550). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พนิตสุภา ธรรมประมวล และ กาสัก เตชะชั้นหมาก. (2553). กลยุทธ์และแผนการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมชุมชนในจังหวัดลพบุรี, สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล. (2553). การศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน ชวามอญ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี. ปริญญาโท วิทยาศาสตร์-มหาบัณฑิต สาขาการวางแผนและการจัดการ การท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยมหาวิทยาลัศรีนครินทรวิโรฒ.
- พระราชบัญญัติส่งเสริมการท่องเที่ยวแนวทางในการบูรณาการ 2554. (2554). (6 กรกฎาคม).
- ราชกิจจานุเบกษา 17 มิถุนายน 2554 หน้า 23 เล่ม 128 ตอนพิเศษ 67ง.
- รสิกา อังกูร. (2548). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วรศักดิ์ เหลืองสุวรรณ และ รสิกา อังกูร. (2553). กิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นและการพัฒนาหมู่บ้านต้นแบบ. เอกสารการสอนชุดวิชาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (หน่วยที่ 9-15) มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วีระพล ทองมา, วินิตรา สีสะพัฒนา และ นวนจันทร์ ทองมา. (2554). ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชน ในพื้นที่ ตำบลแม่แรม อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

- วีระพล ทองมา. (2554). **กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนบนพื้นที่สูงใน จังหวัด เชียงใหม่**. เชียงใหม่: คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สำนักทะเบียนท้องถิ่นเทศบาลตำบลป่าต้นนาคร้วข้อมูล. (2556). **รายงานประจำปีเทศบาลตำบล ป่าต้นนาคร้ว**. สำนักงานเทศบาลตำบลป่าต้นนาคร้ว.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (254). **ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. พิมพ์ครั้งที่12. กรุงเทพฯ: สาม ลดา.
- สุภาพร วรพล. (2546). วัด: แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปกรรม. **จุลสารการท่องเที่ยว**, 22.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2556). **ประวัติ อพท.** (2556). (ออนไลน์). แหล่งที่มา: <http://www.dasta.or.th> สืบค้น 12 พฤษภาคม 2559.
- Bigne, J. E., Sanchez, M. I., & Sanchez, J. (2001). **Tourism image, evaluation variables and after Purchase behavior: Inter-relationship**. *Tourism Management*, 22(6), 607-616.
- Certo & Peter. (1991). **Strategic Management: Concepts and Applications**. Singapore: McGraw- Hill Inc
- Cohen, J.M. and Uphoff, N.T. (1981). **Rural Development Participation: Concept and Measures for Project Design Implementation and Evaluation**. Rural Development Committee Center for International Studies, Cornell University.
- David, F. R. (1995). **Strategic Management**. England wood Cliffs: Prentice Hall.
- Haugland, et al. (2011). **Development of tourism destinations: An Integrated Multilevel Perspective**. *Annals of Tourism Research*, 38 (1), 268–290.
- Mill, R. & Morrison, A. M. (1992). **The Tourism System: and Introductory Text**. New Jersey: Prince - Hall Intentional Inc. (21-23)
- Owen, R. E. & Other. (2000). **Sustainable Tourism Development in Wales: from Theory to Practice**. In *Tourism Management to Wards the NEW millennium*. Edited by Chris Ryan and Stephen Page. Amsterdam: Elsevier Science.
- World Tourism Organization. (2004). **Indicators of sustainable development for tourism destinations: a guidebook**. Madrid, Spain: World Tourism Organization.

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน

Guidelines for Promoting Halal Tourism of Muslims in the Southern Andaman Coast

ธวัชชัย นิมา¹ ภัทรพล ชุ่มมี² ชาคกริต ศรีทอง³

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาปัจจุบันของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน (2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน และ (3) เพื่อยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ประชากรการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ นายกสมาคมการท่องเที่ยวภาคใต้ นายกสมาคมโรงแรมภาคใต้ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ประจักษ์ ตรีรงค์ และพังกา และผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งที่รับผิดชอบ ดูแล สนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน เลือกแบบสโนว์บอล และ ประชากรการวิจัยเชิงปริมาณ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่นับถือศาสนาอิสลามที่เคยมาท่องเที่ยวมากกว่าหนึ่งครั้งขึ้นไปที่เข้าพักอาศัยประเภทโรงแรม 1, 2, 3 ที่อยู่ภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน ประเทศไทย รวม 1,133 แห่ง กลุ่มตัวอย่างจำนวน 700 คน เลือกแบบง่ายโดยการจับฉลากแบบไม่ใส่คืน เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพคือ แบบสัมภาษณ์แบบผสม เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณคือ แบบสอบถาม ค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70 และค่าอำนาจแจกแจงรายข้อมากกว่า 0.30 วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์เนื้อหา (2) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (3) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และ (4) การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง

ผลการศึกษาพบว่า

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน มี 6 ปัจจัยได้แก่ ปัจจัยด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมุสลิม ปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการ ปัจจัยด้านความพึงพอใจของ

¹ (นักศึกษาระดับปริญญาเอก) หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, Email.thawatchai2484@gmail.com

² (อาจารย์ประจำ) คณะนวัตกรรมจัดการ Faculty of Management Innovation

³ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์) คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม Assistant Professor, Faculty of Industrial

นักท่องเที่ยว ปัจจัยความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามันและปัจจัยแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน

2. ผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ มีราคาเหมาะสม ส่วนมากมาเที่ยวมากกว่า 5 ครั้งและค้างมากกว่า 2 คืนขึ้นไป โดยมีนักท่องเที่ยวกับครอบครัว มีอำนาจตัดสินใจในการเลือกที่พักอาศัยเอง และ มักเดินทางในช่วงวันช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์

3. ผลการศึกษารูปแบบทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันพบว่า (1) ตัวแปรแฝงปัจจัยพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวมุสลิม(MTB) มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS) และปัจจัยความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน (LY) (2) ตัวแปรแฝงปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาล(HTM) มีอิทธิพลทางตรงต่อปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS) และปัจจัยความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน (LY) (3) ตัวแปรแฝงปัจจัยคุณภาพการให้บริการ (SQ) มีอิทธิพลทางตรงไปยังตัวแปรแฝงปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS) และตัวแปรแฝงความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน (LY) นอกจากนี้ยังมีอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปร MTB ตัวแปร HTM และตัวแปร SQ ที่ส่งผลต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน โดยสรุปแล้ว ตัวแบบที่ได้มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เพราะมีค่าสหสัมพันธ์พหุคูณยกกำลังสอง(R^2) เท่ากับ 0.78 จึงนับได้ว่าตัวแบบที่ได้รับการพัฒนาขึ้นนี้ มีความสามารถในการพยากรณ์แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามันได้ดีและยอมรับได้

คำสำคัญ: การท่องเที่ยววิถีฮาลาล, ภาคใต้ฝั่งอันดามัน, การส่งเสริมการท่องเที่ยว

Abstract

The research objectives were: (1) to study the current conditions and problems of factors influencing the guidelines for development of Halal tourism promotion of Muslims in the Southern Andaman Coast; (2) to study factors influencing the guidelines for development of Halal tourism promotion of Muslims in the Southern Andaman Coast; and (3) to confirm the factors influencing the guidelines development of Halal tourism promotion of Muslims in the Southern Andaman Coast. The qualitative research population was the president of the Southern Tourism Association; the president of the Southern Hotel Association; the directors of Office of Provincial Tourism: Phuket, Krabi, Trang, Ranong and Phang Nga; and the staff in the positions responsible for overseeing and supporting the hotel and tourism business; and the sample was the 10 people, selected

by the Snowball method. The quantitative research population was the groups of Thai and foreign Islamic tourists who had visited more than once; accommodation types: 1, 2, 3 hotels located in the Southern Andaman Coast of Thailand, total 1,133 hotels; and the sample was the 700 tourists, selected by the simple random sampling with non-replacement lottery. The qualitative research instrument was the mixed-interview form. The quantitative research instrument was questionnaire with reliability level more than 0.70 and item- discrimination power more than 0.30. The data analysis methods consisted of (1) the content analysis; (2) the descriptive statistics were the percentage, mean and standard deviation; (3) the confirmatory factor analysis; and (4) the Structural Equation Model analysis.

The research findings were:

1. The factors affecting the development of Halal tourism promotion of the Muslims in the Southern Andaman Coast consisted of 6 factors: the factor of Muslim tourism behavior, the factor of Halal Tourism management, the factor of quality of service, the factor of tourist satisfaction, the factors of loyalty to tourist attractions in the South Andaman Coast; and the factors for promoting Halal tourism of Muslims in South Andaman Coast.

2. The results of the study of factors influencing the development of Halal tourism promotion among Muslims in South Andaman Coast provinces found that tourists wanted to had adequate facilities, had the good price, the most of them travelled more than 5 times and stay more than 2 nights, often traveling with family, had the decision-making power to selected their own accommodation, and usually travelled during holidays: Saturday - Sunday.

3. The results of patterns study for development of Halal tourism promotion of Muslims in the Southern Andaman Coast found: (1) the latent variables of Muslim Tourism Behavior factors (MTB) directly influences the Tourist Satisfaction factor (TS), and the Loyalty factors of Southern Andaman Coast attractions (LY); (2) the latent variables of Halal Tourism Management (HTM) factors had direct influence on the Tourist Satisfaction factor (TS), and the Loyalty factor to tourist attractions of Southern Andaman Coast (LY); (3) the latent variables of Service Quality factor (SQ) directly influences the Tourist Satisfaction Factor (TS) and the latency variables of the Loyalty factor to tourist attractions of Southern Andaman Coast (LY), in addition, there was the indirect influence of the MTB variable, HTM variable and SQ variable affecting the Halal tourism promotion of Muslims in the South Andaman coast. By summary, the finding models had the efficiency for forecasting because it had the square of multiple correlation coefficient (R^2) 0.78, therefore, the development

models counted they had the ability to be the good forecasting and acceptable for the Halal tourism promotion of Muslims in the South Andaman coast.

Keywords: Halal tourism, Southern Andaman coast, Tourism promotion

บทนำ

ประเทศไทยมีการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว โดยในปี 2558 ที่ผ่านมานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวน 29.88 ล้านคน ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 20.44 และสร้างรายได้ให้กับประเทศได้ถึง 1,447.16 พันล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 23.39 เมื่อเทียบกับปี 2557 (Office of the Permanent Secretary for Tourism and Sports, 2015) อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด จำแนก ตามภูมิภาคของประเทศไทย (ไม่นับรวมกรุงเทพฯ) พบว่า ภาคใต้เป็น ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวมากที่สุด และสร้าง รายได้ให้แก่ประเทศมากที่สุดเช่นกัน ตัวอย่างเช่น ในไตรมาสสี่ ปี 2556 มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากถึง 6.1 ล้านคน สร้างรายได้ 104,437 ล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.7 ของรายได้ทั้งประเทศจากการท่องเที่ยว นอกจากนี้เมื่อจำแนกพื้นที่ภาคใต้รายจังหวัดพบว่า จังหวัดที่สร้างรายได้ มากที่สุดสองอันดับคือ ภูเก็ตรองลงมาคือกระบี่ โดยทำรายได้มากถึง 67,082 ล้านบาท และ 15,108 ล้านบาท ตามลำดับ (Department of Tourism, 2014) ซึ่งทั้งจังหวัดภูเก็ต กระบี่ ตรัง พังงา ระนอง ถือเป็นจังหวัดท่องเที่ยวพื้นที่ชายฝั่งอันดามัน ที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นสถานพักผ่อนที่สวยงาม (Pew Research Center, 2019)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการได้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในหลายประเทศ และเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างรายได้จำนวนมากมาย การท่องเที่ยวฮาลาล เป็นช่องทางหนึ่งที่จะเกิดขึ้นใน ธุรกิจการท่องเที่ยวทั่วโลก และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น ซึ่งในตลาดกว่า 50 ประเทศเป็นประเทศมุสลิมที่มี ศักยภาพความพร้อมในการบริการ และประเทศที่ไม่มีมุสลิมน้อยกว่า 1.6 พันล้าน ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีในการ ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม จากกลุ่มประเทศต่าง ๆ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมากขึ้น โดยมีพฤติกรรม เครื่องครัดในศาสนาปฏิบัติ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงและต้องการสิ่งอำนวยความสะดวก สะดวกครบทั้งระบบ โดยสืบเนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่มีสถานประกอบการอาหารฮาลาลที่มี คุณภาพ มีการบริการที่สะดวกสบาย รวมทั้งความพร้อมที่เอื้ออำนวยต่อความหลากหลายทางชีวภาพส่งผล ให้ ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่เป็นเป้าหมายของการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวมุสลิมที่มี วัฒนธรรมการบริโภคและอุปโภคแตกต่างจากนักท่องเที่ยวอื่น ๆ ซึ่งมีความจำเป็นที่ต้องเร่งพัฒนา ผู้ประกอบการโรงแรมที่ให้บริการฮาลาล ให้ ความรู้ ความเข้าใจที่แท้จริงและสามารถให้บริการแก่ นักท่องเที่ยวมุสลิมได้อย่างถูกต้องตาม บทบัญญัติของศาสนาอิสลาม การท่องเที่ยวฮาลาล (Halal Tourism) ถือเป็นเรื่องที่น่าสนใจ

เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวให้ ตอบสนองความต้องการของชาวมุสลิม เริ่มจากการให้บริการจากสถานที่ต้นทางไปจนถึง จุดหมายปลายทาง ปัจจุบันการท่องเที่ยววิถีฮาลาลเป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างมากและเป็น ตลาดที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ เนื่องจากประชากรมุสลิมโลกที่มีจำนวนมากและศักยภาพทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นของโลกมุสลิม ขณะที่ประเทศไทยก็มี จุดแข็งด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอยู่แล้ว จึงทำให้ การท่องเที่ยว วิถีฮาลาลเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่สำคัญภายใต้ ยุคประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนที่ประเทศไทยต้องให้ ความสำคัญ บทความนี้มี เป้าหมายในการรวบรวมข้อมูลองค์ ความรู้ และแนวคิดที่เป็นวรรณกรรมของทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ตลอดจนรวบรวมข้อมูลสถานการณ์และแนวโน้มการ เปลี่ยนแปลงของตลาดนักท่องเที่ยว มุสลิมด้านอุปสงค์ -อุปทาน โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน อันสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสด้านธุรกิจการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ของประเทศไทย ปัจจุบันการท่องเที่ยววิถีฮาลาล (Halal Tourism) เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมอย่างมากส่วนหนึ่งเป็นเพราะประชากรมุสลิมโลกที่มีมากกว่า 1,600 ล้านคน หรือคิดเป็น 1 ใน 4 ของจำนวนประชากรโลกทั้งหมด ซึ่งคาดว่าใน ปี 2030 ประชากรมุสลิมจะเพิ่มขึ้นเป็น 1 ใน 3 ของประชากรโลก ที่สำคัญคือประชากรเหล่านี้แม้จะมีการศึกษาแบบสมัยใหม่ แต่นับวันก็ยิ่งใส่ใจให้ความสำคัญต่อหลักการทางศาสนามากยิ่งขึ้น (Pew Research Center, 2019)

จากสภาพและปัญหาดังกล่าวข้างต้นทำให้ ผู้วิจัยมีความสนใจและคิดว่าจะมีความจำเป็นอย่างไร ที่ต้องทำการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามันเพื่อศึกษาว่าในปัจจุบันประชากรกลุ่มมุสลิมมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นและความตั้งใจท่องเที่ยววิถีฮาลาล ในประเทศไทยเป็นอย่างไร เป็นไป ตามหลักการของศาสนาอิสลามหรือไม่อย่างไร ควรมี แนวทางการแก้ไข ปัญหาและมีข้อเสนอแนะอย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาปัจจุบันของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน
3. เพื่อยืนยันปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 โมเดลองค์ประกอบของการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ที่พัฒนาขึ้นมีความกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

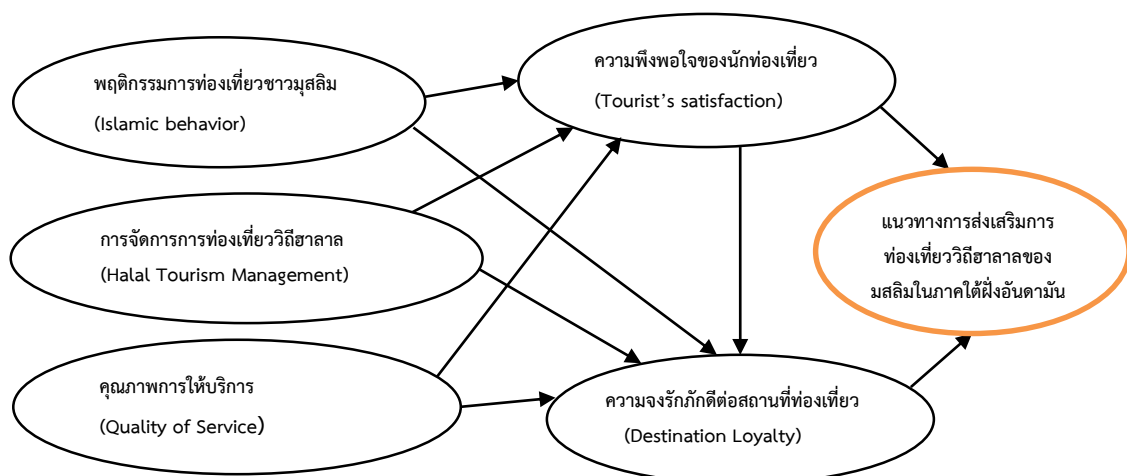
สมมติฐานที่ 2 ไม่มีความแปรเปลี่ยนของโมเดลองค์ประกอบของการพัฒนารูปแบบ การส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมผสานวิธี ได้แก่ (1) การศึกษางานวิจัยเชิงคุณภาพศึกษาจากนายกสมาคมการท่องเที่ยวภาคใต้ นายกสมาคมโรงแรมภาคใต้ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ จังหวัดตรัง จังหวัด ะนอง และจังหวัดพังงา และผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งที่รับผิดชอบดูแล สนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับการโรงแรมและการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน (2) การศึกษา งานวิจัยเชิงปริมาณศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่นับถือศาสนาอิสลามที่เคย มาท่องเที่ยวมากกว่าหนึ่งครั้งขึ้นไปผู้ที่เข้าพักอาศัยประเภทโรงแรม 1, 2 3 ภาคใต้ ชายฝั่งอันดามัน ประเทศไทย จำนวน 5 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดกระบี่จำนวน 501 แห่ง จังหวัดภูเก็ตจำนวน 254 แห่ง จังหวัดตรัง 176 แห่ง จังหวัดพังงาจำนวน 155 แห่งจังหวัด ะนอง 47 แห่งรวม 1,133 แห่ง กลุ่มตัวอย่างจำนวน 700 คน

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการ พัฒนาการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของคณมุสลิมในประเทศไทย ประกอบด้วย (1) ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว (2) ความเป็นอิสลาม (3) สถานที่ท่องเที่ยว (4) ความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยว และ (5) คุณภาพการให้บริการ จากแนวคิดที่ศึกษาจึงนำมากำหนดกรอบวิจัยซึ่งสรุปได้ว่า แนวทางการ พัฒนาการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของคณมุสลิมในประเทศไทย ธุรกิจมีการนำแนวทางคุณภาพการ ให้บริการ โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก สนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชน การ สร้างความสมดุลให้การท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้าง ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว และการส่งเสริมความร่วมมือระหว่าง ประเทศมาใช้กับธุรกิจท่องเที่ยววิถีฮาลาลในประเทศไทย ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวิธีการดำเนินงานแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ และ 2) การดำเนินงานวิจัยเชิงปริมาณ

ขั้นตอนการวิจัย การดำเนินงานวิจัยออกเป็น 9 ขั้นตอน ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์บริบทกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่นับถือศาสนาอิสลามที่เคยมาท่องเที่ยวมากกว่าหนึ่งครั้งขึ้นไปในจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาแบบสัมภาษณ์จากกรอบแนวความคิด นิยามศัพท์ และปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ขั้นตอนที่ 4 การสัมภาษณ์นายกสมาคมโรงแรมภาคใต้ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ และจังหวัดพังงา และผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งที่รับผิดชอบ ดูแล สนับสนุนที่เกี่ยวข้อง ขั้นตอนที่ 5 นำตัวแปรที่ได้จากการจัดกลุ่มตัวแปร มาสร้างและพัฒนาเครื่องมือเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ใช้เก็บกับกลุ่มตัวอย่าง ขั้นตอนที่ 6 การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ขั้นตอนที่ 7 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการทดสอบความสมบูรณ์ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ขั้นตอนที่ 8 การยืนยันผลการวิจัย โดยการสนทนากลุ่ม(Focus Group) และ ขั้นตอนที่ 9 การเผยแพร่งานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย นายกสมาคมโรงแรมภาคใต้ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ ตรัง ะนอง และจังหวัดพังงา และผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งที่รับผิดชอบ ดูแล สนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กของภาคใต้ ชายฝั่งอันดามัน ประเทศไทย โดยพิจารณาจากความรู้ความสามารถมีประสบการณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการในเรื่องการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างเลือกจากหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการจำนวน 10 คนใช้ การเลือกตัวอย่างแบบสโนว์บอล (Snowball Sampling)

ประชากรของการวิจัยเชิงปริมาณ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่นับถือศาสนาอิสลามที่เคยมาท่องเที่ยวมากกว่าหนึ่งครั้งขึ้นไปที่เข้าพักอาศัยในประเภทโรงแรม 1,2,3 ภาคใต้ ชายฝั่งอันดามัน ประเทศไทย ประกอบด้วย จังหวัดกระบี่จำนวน 501 แห่ง จังหวัดภูเก็ตจำนวน 254 แห่ง จังหวัดตรัง 176 แห่ง จังหวัดพังงาจำนวน 155 แห่ง จังหวัด ะนอง 47 แห่ง รวม 1,133 แห่ง กลุ่มตัวอย่างจำนวน 700 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบง่ายโดยการจับฉลากแบบไม่ใส่คืน

เครื่องมือการวิจัย

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) เครื่องมือคือแบบสัมภาษณ์แบบผสม (Semi Structure Interview form) และการวิจัยเชิงปริมาณเครื่องมือการวิจัยคือ แบบสอบถามที่ประกอบด้วยคำถาม 8 ส่วน จำนวน 88 ข้อ ค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.70

และค่าอำนาจแจกแจงรายข้อของแต่ละข้อคำถาม (Corrected Item-Total Correlation) มากกว่า 0.30

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์นายกสมาคมโรงแรมภาคใต้ ผู้อำนวยการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต จังหวัดกระบี่ ตรัง ระนอง และจังหวัดพังงา และผู้ปฏิบัติงานในตำแหน่งที่รับผิดชอบ ดูแล สนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กของภาคใต้ ชายฝั่งอันดามัน ประเทศไทย และบันทึกเทปการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์

เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยผู้วิจัยขอหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อขออนุญาต และขอความอนุเคราะห์จากเจ้าของกิจการ ผู้จัดการหรือผู้ที่ได้รับมอบหมายเป็นกลุ่มที่พักโรงแรม นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม และแจกแบบสอบถามด้วยตนเองทาง Internet โดยใช้ Google form ในช่วงเดือนมกราคมถึงตุลาคม 2562 จากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Contents Analysis) จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และทำการตรวจสอบข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลแบบสามเส้า หลังจากสรุปบทสัมภาษณ์จากข้อมูลที่ได้จัดบันทึกไว้จากกลุ่มตัวอย่าง โดยนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลและจัดกลุ่มโดยให้ความสำคัญกับการสังเคราะห์ข้อมูลส่วนย่อยและลดทอนขนาดของข้อมูลให้มีความชัดเจนในการนำเสนอ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ประกอบด้วย (1) สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ (2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อตรวจสอบโครงสร้างองค์ประกอบตามแนวคิดทฤษฎีว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์หรือไม่

การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เป็นเทคนิคการวิเคราะห์หลายตัวแปร โดยเป็นได้ทั้งเทคนิคการหาสาเหตุ และการหาความสัมพันธ์ซึ่งสามารถตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและสามารถตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลที่สร้างขึ้นกับข้อมูลจริงได้ เกณฑ์การประเมินความสอดคล้องโมเดลประกอบด้วย (1) ค่าดัชนีไคสแควร์ (Chi-Square: χ^2) (2) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Goodness of Fit Index: GFI) (3) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว (Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI) (4) ค่าดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีเชิงเกณฑ์ (Normed Fit Index: NFI) (5) ดัชนีความกลมกลืนเชิงเปรียบเทียบกับรูปแบบฐาน (Incremental Fit Index :IFI) (6) ดัชนีวัดระดับความเหมาะสมพอดีเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Fit Index :CFI) (7) ค่า HOELTER (8) ค่าดัชนีความสอดคล้องในรูปแบบความ

คลาดเคลื่อน (Root Mean Square Residual: RMR) และ (9) ค่าดัชนีค่ารากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของความคลาดเคลื่อน (Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA)

สรุปผลการวิจัย

1. สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันมี 6 องค์ประกอบ 29 ตัวบ่งชี้ ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชาวมุสลิมประกอบด้วยประเภทที่พัก ค่าใช้จ่ายในการใช้ท่องเที่ยว ความถี่ในการท่องเที่ยวระยะเวลาในการท่องเที่ยวผู้ร่วมเดินทางผู้ที่มีอิทธิพลเลือกที่พักและช่วงเวลาเดินทาง 2) ปัจจัยด้านการจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ประกอบด้วย ด้านสถานที่พักแรมด้านอาหาร ด้านการขนส่ง และด้านแหล่งท่องเที่ยว 3) ปัจจัยด้านคุณภาพการให้บริการประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเอาใจใส่นักท่องเที่ยว การตอบสนองต่อนักท่องเที่ยว ความไว้วางใจได้ และการสร้างความมั่นใจได้ 4) ปัจจัยด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย สิ่งสัมผัสได้ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ ความรวดเร็ว การรับประกัน และการเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล 5) ปัจจัยด้านความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน 6) ปัจจัยด้านแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์/สถานที่ท่องเที่ยวด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพและด้านกระบวนการ

2. สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ

2.1 ข้อมูลทั่วไป การศึกษากลุ่มตัวอย่างจำนวน 700 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเพศหญิง (ร้อยละ 58.10) อายุ 41 - 50 ปี (ร้อยละ 49.60) สมรสและอยู่ด้วยกัน (ร้อยละ 51.60) สำเร็จการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 46.00) ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 33.10) รายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 20,000 บาท (ร้อยละ 41.30) และจำนวนสมาชิกในครอบครัว 3 – 4 คน (ร้อยละ 48.00)

2.2 ระดับปัจจัยที่มีผลต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน พบว่า

1) ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวชาวมุสลิม ประกอบด้วย (1) ด้านประเภทที่พัก ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อความเฉลี่ยสูงสุดคือ โรงแรมที่ท่านเลือกพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอต่อการท่องเที่ยววิถีฮาลาล (2) ด้านค่าใช้จ่ายในการใช้ท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ค่าที่พักคิดว่าราคาเหมาะสมแล้ว (3) ด้านความถี่ในการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อความเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านมาเที่ยว มากกว่า 5 ครั้ง (4) ด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อความเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านเดินทางแบบค้างมากกว่า 2 คืนขึ้นไป

(5) ด้านผู้ร่วมเดินทางในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ เดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว (6) ด้านผู้ที่มีอิทธิพลเลือกที่พักในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ตนเองเป็นผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจในการเลือกที่พักอาศัย และ (7) ด้านช่วงเวลาเดินทางในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่านเดินทางในช่วงวันช่วงวันหยุดเสาร์ – อาทิตย์

2) การจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ประกอบด้วย (1) ด้านการจัดการด้านสถานที่พักผ่อนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานที่พักตั้งอยู่ใกล้มัสยิดหรือสถานที่ประกอบพิธีกรรมทางศาสนา (2) ด้านการจัดการด้านอาหารในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การหลีกเลี่ยงในการบริการเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ (3) ด้านการจัดการด้านการขนส่งในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการจัดสถานที่จอดรถในสถานที่ท่องเที่ยวเพียงพอเมื่อไปถึงสถานที่ท่องเที่ยว และ (4) ด้านการจัดการด้านแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การจัดทำโปรแกรม/แพ็คเกจท่องเที่ยวของมุสลิมโดยเฉพาะ

3) คุณภาพการให้บริการ ประกอบด้วย (1) ด้านความเป็นรูปธรรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีพนักงานเพียงพอในการให้บริการและมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวและการบริการ (2) ด้านความน่าเชื่อถือไว้วางใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานมีการให้บริการที่ถูกต้องตรงตามความต้องการของท่าน (3) ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ได้รับการบริการตรงตามความต้องการอยู่เสมอ (4) ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อผู้รับบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 1) พนักงานมีทักษะ ความรู้และความเชี่ยวชาญในการบริการ และ (5) ด้านการเข้าใจและรู้จักผู้รับบริการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 1) พนักงานมีความสามารถที่จะเข้าใจความต้องการของท่าน

4) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) ด้านสิ่งที่สัมผัสได้ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ 1) ป้ายสัญลักษณ์บอกสถานที่ท่องเที่ยวมีความชัดเจน (2) ด้านความน่าเชื่อถือ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ วันและเวลาเปิด-ปิดในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวตรงตามที่ประกาศไว้ (3) ด้านการตอบสนองในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานในสถานที่ท่องเที่ยวมีความเต็มใจในการให้บริการ (4) ด้านความเชื่อมั่นไว้วางใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ระบบความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัยที่ดี เช่นการเตือนภัย การรับแจ้งเหตุ และ (5) ด้านการเอาใจใส่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานในสถานที่ท่องเที่ยวมีความสุภาพให้เกียรติแก่นักท่องเที่ยว

5) ความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามันความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามันในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ จะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้แก่คนที่รู้จักให้มาท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน

6) แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาล ของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน ด้านผลิตภัณฑ์/สถานที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย (1) ด้านผลิตภัณฑ์/สถานที่ท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ใน

ระดับมากที่สุด ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานที่ท่องเที่ยวมีการออกแบบที่ดึงดูดใจ แปลกตาและเหมาะสม (2) ด้านราคา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ราคาอาหารและเครื่องดื่มอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณภาพ (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ท่าเลที่ตั้งสามารถเดินทางสะดวก (4) ด้านการส่งเสริมการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การโฆษณาหรือ อัปเดต ผ่าน เพจ Facebook และ Instagram ทำให้เข้าถึงข่าวสารได้ง่ายขึ้น (5) ด้านบุคลากร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พนักงานภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีความสนใจและมีความกระตือรือร้นในการให้บริการ (6) ด้านลักษณะทางกายภาพในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการตั้งป้ายบอกเส้นทางสถานที่ท่องเที่ยวในตำแหน่งที่โดดเด่นเห็นได้ชัดเจน และ (7) ด้านกระบวนการในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ข้อค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความรวดเร็วในการจัดการสินค้าและบริการอื่นๆของผู้ประกอบการแก่นักท่องเที่ยว

3. สรุปผลการศึกษารูปแบบ การพัฒนาการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน พบว่า (1) ตัวแปรแฝงปัจจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม (MTB) มีอิทธิพลทางตรงไปยังตัวแปรแฝงปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS) เท่ากับ 0.038 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (2) ตัวแปรแฝงปัจจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม (MTB) มีอิทธิพลทางตรงไปยังตัวแปรแฝงปัจจัยความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน (LY) เท่ากับ 0.049 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (3) ตัวแปรแฝงปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาล (HTM) มีอิทธิพลทางตรงไปยังตัวแปรแฝงปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS) เท่ากับ 0.01 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (4) ตัวแปรแฝงปัจจัยการจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาล (HTM) มีอิทธิพลทางตรงไปยังตัวแปรแฝงปัจจัยความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน (LY) เท่ากับ 0.079 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (5) ตัวแปรแฝงปัจจัยคุณภาพการให้บริการ (SQ) มีอิทธิพลทางตรงไปยังตัวแปรแฝงปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS) เท่ากับ 0.95 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (6) ตัวแปรแฝงปัจจัยคุณภาพการให้บริการ (SQ) มีอิทธิพลทางตรงไปยังตัวแปรแฝงปัจจัยความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน (LY) เท่ากับ 0.17 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (7) อิทธิพลทางอ้อม ของตัวแปรพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม (MTB) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อตัวแปรแฝงปัจจัยแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน (GP) ผ่านตัวแปรแฝงปัจจัยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS) มีอิทธิพลโดยรวมเท่ากับ 0.52 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (8) อิทธิพลทางอ้อม ของตัวแปรพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม (MTB) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน (GP) โดยส่งผ่านความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน (LY) มีอิทธิพลโดยรวม เท่ากับ 0.45 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (9) อิทธิพลทางอ้อม ของตัวแปรการจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาล (HTM) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาล

ลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน (GP) โดยส่งผ่าน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS) มีอิทธิพลโดยรวม เท่ากับ 0.53 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (10) อิทธิพลทางอ้อม ของตัวแปรการจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาล (HTM) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน (GP) โดยส่งผ่านความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน (LY) มีอิทธิพลโดยรวม เท่ากับ 0.49 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (11) อิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรคุณภาพการให้บริการ (SQ) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน (GP) โดยส่งผ่านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (TS) มีอิทธิพลโดยรวม เท่ากับ 0.38 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (12) อิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรคุณภาพการให้บริการ (SQ) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน (GP) โดยส่งผ่านความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน (LY) มีอิทธิพลโดยรวม เท่ากับ 0.43 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ประสิทธิภาพในการพยากรณ์ พบว่ามีความเที่ยงตรง เนื่องจากมีค่าสหสัมพันธ์พหุคูณกำลังสอง (R^2) เท่ากับ 0.78 (ร้อยละ 78) ซึ่งมีค่าตั้งแต่ร้อยละ 40 ขึ้นไป ย่อมถือว่ารูปแบบที่ได้รับการพัฒนาขึ้นนี้ มีความสามารถในการพยากรณ์แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามัน (GP) ได้ดีและยอมรับได้

อภิปรายผลการวิจัย

การทดสอบสมมติฐานตัวแบบที่ 1 พฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวมุสลิมมีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามันโดยส่งผ่านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามันผลการทดสอบสมมติฐานหลักสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของสุกัญญา เจริญศรี (2549) ให้ความเห็นว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในรูปแบบที่หลากหลาย แตกต่างกัน ของแต่ละบุคคล ซึ่งส่งผลให้เป้าหมายของการท่องเที่ยวก็มีความแตกต่างกันไปด้วย เช่น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับความชื่นชอบของแต่ละบุคคลในแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง เป็นต้น การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวนับว่าเป็นองค์ประกอบที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมาก เมื่อผู้ประสงค์จะเดินทางท่องเที่ยวได้รับข้อมูลทางการท่องเที่ยวแล้ว เกิดความต้องการอยากท่องเที่ยวขึ้นอีกทั้งเกิดแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจ จะทำให้เกิดภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Tourist Image) ของแต่ละท้องถิ่นขึ้น เพื่อประกอบการพิจารณาตัดสินใจ โดยคำนึงถึงความปลอดภัย ปลอดภัย สะดวกสบาย มากที่สุดเป็นเกณฑ์ ในการวางแผนการท่องเที่ยวสถานที่นั้นๆ

การทดสอบสมมติฐานตัวแบบที่ 2 การจัดการการท่องเที่ยววิถีฮาลาลมีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามันโดยส่งผ่าน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามัน พบว่า ผลการ

ทดสอบสมมติฐานหลักสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องซึ่ง Riyad Eid and Hatem El-Gohary (2015) ได้ศึกษาบทบาทของศาสนาอิสลามต่อความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้คุณค่าและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว แม้ว่าชาวมุสลิมจะเป็นหนึ่งในตลาดการท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุดในโลก แต่ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับมุมมองของศาสนาอิสลามในการท่องเที่ยวยังมีอยู่น้อยมากในวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง โดยกลยุทธ์การสำรวจผ่านแบบสอบถามและการสร้างแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) หกมิติของการรับรู้คุณค่าของลูกค้านุสลิม (คุณภาพราคาคุณค่าทางอารมณ์มูลค่าทางสังคมมูลค่าทางกายภาพของอิสลามและมูลค่าที่ไม่ใช่ทางกายภาพของอิสลาม) พบว่ามีผลในเชิงบวกต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวมุสลิม ผลการศึกษาพบว่าศาสนาอิสลามกลั่นกรองผลกระทบของค่าคุณลักษณะทางกายภาพของอิสลามและค่าที่ไม่ใช่ทางกายภาพของอิสลามต่อความพึงพอใจของลูกค้ามุสลิม การค้นพบนี้เสริมความสำคัญของศาสนาในการทำความเข้าใจความพึงพอใจและพฤติกรรมของลูกค้ามุสลิมเช่นเดียวกับ Hatem El-Gohary (2016) ได้ศึกษาการท่องเที่ยวฮาลาลมันเป็นฮาลาลจริงๆ หรือ การศึกษาศาสนาได้ดึงดูดความสนใจและความสนใจอย่างมากจากนักวิจัยและผู้ปฏิบัติงานเนื่องจากต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับศาสนา (เช่น อิสลาม) และศาสนา อย่างไรก็ตามโดยไม่คำนึงถึงความสำคัญของการศึกษาศาสนาการท่องเที่ยวทางศาสนายังคงเป็นตัวแทนในวรรณคดี ในความเป็นจริงมันเป็นเรื่องน่าสังเวชที่พบว่ามีคนน้อยที่รู้เรื่องการท่องเที่ยวทางศาสนาในประเทศที่พัฒนาแล้วและกำลังพัฒนา ในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวอิสลาม (หรือการท่องเที่ยวฮาลาล) นั้นฝังรากลึกในอิสลามซารีเนื่องจากชาวมุสลิมทุกคนต้องเดินทางด้วยเหตุผลหลายประการบางอย่างเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับอิสลามซารีอาห์ (เช่น ฮัจญ์และอุมเราะฮ์)

การทดสอบสมมติฐานตัวแบบที่ 3 คุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลทางอ้อมต่อแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีฮาลาลของมุสลิมในภาคใต้ฝั่งอันดามันโดยส่งผ่าน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวภาคใต้ชายฝั่งอันดามันโดยการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง Bitner and Hubbert (1994) ซึ่งเสนอความเห็นไว้ว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นความประทับใจในภาพรวมของลูกค้าผู้รับบริการ อันมีต่อความเป็นเลิศขององค์กรและบริการที่องค์กรจัดให้มี เช่นเดียวกับ Schmenner (2004) ได้กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการไว้ว่า คุณภาพการให้บริการได้มาจากการรับรู้ที่ได้รับจริงลบด้วยความคาดหวังที่คาดว่าจะได้รับจากบริการนั้น หากการรับรู้ในบริการที่ได้รับมีน้อยกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้ผู้รับบริการมองคุณภาพการให้บริการนั้นติดลบ หรือรับรู้ว่าการบริการนั้นไม่มีคุณภาพเท่าที่ควร ตรงกันข้าม หากผู้รับบริการรับรู้ว่าการบริการที่ได้รับจริงนั้นมากกว่าสิ่งที่เขาคาดหวัง คุณภาพการให้บริการ ก็จะเป็นบวก หรือมีคุณภาพในการบริการนั่นเอง ในประเด็นเดียวกันนี้ Lovelock and Wirtz (2011) มองคุณภาพการให้บริการว่ามีความหมายอย่างกว้างๆ เป็นแนวความคิดเกี่ยวกับเรื่องของสินค้าหรือบริการที่ลูกค้าที่มีศักยภาพในการซื้อหา สามารถและอาจจะทำการประเมินก่อนที่จะเลือกบริโภคสินค้าหรือบริการนั้น ส่วน วีรพงษ์ เฉลิเมจิรัตน์ (2543: 14-15) กล่าวถึงคุณภาพการให้บริการ คือความสอดคล้องกัน

ของความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการ หรือระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือผู้รับบริการอันทำให้ลูกค้าหรือผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจจากบริการที่เขาได้รับ และ สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2550: 66) เสนอว่า คุณภาพการให้บริการ เป็นทัศนคติที่ผู้รับบริการสะสมข้อมูลความคาดหวังไว้ว่าจะได้รับจากบริการ ซึ่งหากอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ (tolerance zone) ผู้รับบริการก็จะมี ความพึงพอใจในการให้บริการ ซึ่งจะมีระดับแตกต่างกันออกไปตามความคาดหวังของแต่ละบุคคล และความพึงพอใจนี้เอง เป็นผลมาจากการประเมินผลที่ได้รับจากบริการนั้น ณ ระยะเวลาหนึ่ง

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ ได้แก่

(1) การจัดการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิม ควรคำนึงถึงและให้ความสนใจนำบทบัญญัติศาสนาอิสลามเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดเป็นรูปแบบการจัดการท่องเที่ยววิถีฮาลาลอย่างถูกต้องครบถ้วนทุกประการเนื่องจากหลักคำสอนหลักปฏิบัติและข้อห้ามของศาสนาอิสลามที่มีความเคร่งครัด จะส่งผลให้การพัฒนาประเทศด้านการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมเป็นอย่างยิ่ง

(2) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือในการจัดการฝึกอบรมให้แก่สถานประกอบการธุรกิจโรงแรมที่มีความประสงค์จะจัดบริการตามหลักฮาลาลแก่ลูกค้าโดยเฉพาะการแนะนำแนวทางการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวมุสลิมแก่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม

(3) ควรมีการเผยแพร่ความรู้และแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมเพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านเทคนิคและการบริหารจัดการโรงแรมฮาลาลให้ประสบความสำเร็จ

(4) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรจัดทำข้อมูลสารสนเทศโรงแรมฮาลาลในลักษณะสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Social Media) และเอกสารเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ให้นักท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป ได้แก่

(1) ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการวิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT) ของสถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมอาเซียนในประเทศไทยสำหรับพัฒนาหรือปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมอาเซียน

(2) ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในจังหวัดอื่นๆ ที่มีความแตกต่างของบริบททางสังคมวัฒนธรรมที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย

(3) ควรศึกษาความต้องการของผู้บริโภคเพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมฮาลาล เพื่อการพัฒนาและปรับปรุงการบริการให้ตรงตามต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

บรรณานุกรม

- วีรพงษ์ เฉลิเมจิรัตน์. (2539). **คุณภาพในงานบริการ (Quality in Service)**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2550). **เคล็ดไม่ลับการตลาดบริการ**. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ยูบีซี. แอลบุ๊กส์.
- สุกัญญา เจริญศรี. (2549). **การรับรู้และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัด ภาคใต้ อันดามัน หลังได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร**. การศึกษาด้วยตนเอง ศศ.ม. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- Bitner, M. J. & Hubbert, A. R. (1994). **Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus quality: the customer's voice. service quality: new directions in theory and practice**. Thousand Oaks, CA: Sage (In Rust, R.T., & Oliver, R.L. (Eds.), 72-94.
- E. M. Ekanayake and Aubrey E. Long. (2012). **The International Journal of Business and Finance Research**. 2012, vol. 6, issue 1, 51-63.
- HatemEl - Gohary. (2016). **การท่องเที่ยวฮาลาล**. <https://www.dot.go.th/storage/Halal%20Tourism%20Destination/Y4DXF5Lupy8EYD7iEPQBhrPk4S2ajpaLocNy5oA2.pdf>
- Lovelock and Wirtz. (2011). **Marketing and Organizational Behavior Interface**. Journal of Business Research 20 (1), Marketing. Journal of Marketing 49 (2), pp. 33-46
- Pew Research Center. (2009). **The Future of the Global Muslim Population: Projections for 2010- 2030**. Retrieved March 18, 2011, from http://www.euro-muslims.eu/future_global.pdf.+Piangpis Sriprasert (2014)
- Riyad Eid and Hatem El-Gohary. (2015). The Impact of E-marketing Use on Small Business Enterprises' Marketing Success: The Case of UK Companies. **Tourism Management**, vol. 46, issue C, 477-488.
- Schmenner, Roger W. (2004). **Service operations management**. Englewood Cliffs,
- Webster, C., Ivanov, S. (2014). Transforming competitiveness into economic benefits: Does tourism. **Tourism Management**, 40 (2014) 137e140.

การบริหารความเสี่ยงในศูนย์พัฒนาเด็กเล็กจังหวัดปทุมธานี Risk management of Child development centers in Pathumthani Province

ไพลิน นุกุลกิจ¹ นิชาภัทร ธนศิริรักษ์²

บทคัดย่อ

วิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงพรรณนา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การบริหารความเสี่ยงของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก 2) ผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก และ 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ 1) แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล 2) แบบสอบถามการบริหารความเสี่ยง และ 3) แบบสอบถามผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ หัวหน้า และครูในศูนย์พัฒนาเด็กเล็กจังหวัดปทุมธานีที่ไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินคุณภาพ 34 ศูนย์ จำนวน 115 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 98 คน โดยวิธีเฉพาะเจาะจงตามคุณสมบัติที่กำหนด ตรวจสอบความตรงของเครื่องมือทั้งสองชุดมีค่าเท่ากับ .90 ทั้งสองชุด และตรวจสอบค่าความเที่ยงโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคทั้งสองชุด มีค่าเท่ากับ .90 และ .92 สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัยพบว่า 1) การบริหารความเสี่ยงของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.86$, $SD = 1.03$) 2) ผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.12$, $SD = 0.38$) และ 3) การบริหารความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = .15$, $p < .05$)

คำสำคัญ : การบริหารความเสี่ยง, ผลการดำเนินงาน, ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

Abstract

The purposes of this descriptive study were 1) to examine the risk management, 2) to study the operational results of child development centers, and 3) to examine the relationship between of risk management operational results of child development

¹ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์) คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยปทุมธานี

² อาจารย์คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยปทุมธานี

centers. The research instruments were 1) the personal information questionnaire, 2) the risk management questionnaire, and 3) the operational results of child development center questionnaire. The research population were heads and teachers of 34 child development centers that did not pass the quality assessment criteria. The population of study consisted of 115 peoples, and samples of 98 people were selected by purposive sampling technique. The content validity both tools were equal to .90, and reliability of the questionnaires were tested using Cronbach's Alpha Coefficient, the results were at .89, and .90 respectively. The data were analyzed using means, standard deviation and Pearson's Product Moment Correlation Coefficient.

The results of the study revealed that 1) The risk management of child development centers were at moderate level ($\bar{x} = 2.86$, $SD = 1.03$). 2) The operational results of child development centers were at high level ($\bar{x} = 4.12$, $SD = 0.38$). 3) The relationship between risk management and operational results of child development centers of child development centers were statistically significant difference at .05 ($r = .15$)

Keywords: Risk management, Operational results, Child development centers

บทนำ

ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กอยู่ในการกำกับดูแลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นสถานศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 มาตรา 18 และมาตรา 4 แต่ก็ยังมีความแตกต่างหลากหลาย ทั้งในด้านโครงสร้างการบริหารงาน ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านการบริหารจัดการ ด้านวิชาการและกิจกรรมตามหลักสูตร ด้านอาคารสถานที่ สิ่งแวดล้อม และ ความปลอดภัย ด้านการมีส่วนร่วมและสนับสนุนจากชุมชน รวมถึงการพัฒนาคุณภาพ ซึ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องรับผิดชอบภารกิจในการดำเนินการจัดการศึกษาให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่นจึงได้จัดทำมาตรฐาน เพื่อเป็นแนวทางให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ถือปฏิบัติในการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ให้มีมาตรฐานและมีคุณภาพไปในแนวทางเดียวกัน (กระทรวงมหาดไทย, 2553)

การบริหารงานขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพนั้นต้องดูผลการดำเนินงานขององค์กรว่าเป็นอย่างไร และต้องมีการบริหารความเสี่ยงเพื่อให้การบริหารงานบรรลุตามเป้าหมายขององค์กร และตามพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546 จะต้องมีการค้นหาความเสี่ยงและแก้ปัญหาให้กับเด็กที่ต้องอยู่ในภาวะเสี่ยงต่างๆ เช่น อุบัติเหตุเสียชีวิตในโรงเรียน การบริหารความเสี่ยงเป็นเรื่องที่

ดำเนินงานอยู่แล้วในด้านการศึกษา เช่น ความปลอดภัยของนักเรียน และครู การควบคุมภาวะโภชนาการ มาตรฐานด้านการศึกษา เพียงแต่สถานศึกษายังไม่ได้นำมาจัดระบบเชื่อมโยงให้เกิดการบริหารความเสี่ยง ให้ครอบคลุมทั้งระบบ (Risk management system) และเพื่อให้สอดคล้องกับการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ.2546 และระเบียบคณะกรรมการตรวจเงินแผ่นดิน ว่าด้วยการกำหนดมาตรฐานการควบคุมภายใน พ.ศ.2544 ที่กำหนดให้ส่วนราชการต้องมีการประเมินความเสี่ยงและปรับปรุงระบบการควบคุมภายในรวมถึงสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลและสถานศึกษาทุกแห่ง

จากผลการประเมินตามมาตรฐานศูนย์พัฒนาเด็กเล็กขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2559 ฉบับ 23 ตัวชี้วัด และ 94 ตัวชี้วัด มาตรฐานของสำนักงาน สมศ. ที่ประเมินศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในจังหวัดปทุมธานี (ในกำกับของรัฐ) จำนวน 124 ศูนย์พบว่า มีจำนวน 90 ศูนย์ผ่านเกณฑ์การประเมิน และมีจำนวน 34 ศูนย์ ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมิน อาจส่งผลต่อการจัดการเรียนการสอนและพัฒนาการของเด็กเล็กที่จะเติบโตเป็นกำลังของชาติต่อไปในอนาคต และจากการทบทวนวรรณกรรมที่ผ่านมา พบว่า ยังไม่มีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยเรื่องนี้ เพื่อนำหลักการบริหารความเสี่ยงมาใช้ในการพัฒนาบุคลากรของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กที่ยังไม่ผ่านการประเมินตามมาตรฐานศูนย์พัฒนาเด็กเล็กระดับชาติ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อคุณภาพการศึกษาของ ศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ในจังหวัดปทุมธานี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารความเสี่ยงของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก
2. เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานของของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

สมมุติฐานการวิจัย

การบริหารความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

ขอบเขตของปัญหา

การวิจัยนี้ศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยงและผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ซึ่งผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่ 1 ตุลาคม ถึง 31 ธันวาคม 2562 กับหัวหน้าศูนย์และครูผู้สอนในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก จำนวน 34 ศูนย์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณแบบบรรยายความสัมพันธ์

ประชากร คือ หัวหน้า และครูในศูนย์พัฒนาเด็กเล็กที่ไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินคุณภาพ 34 ศูนย์ จำนวน 118 คน

กลุ่มตัวอย่าง หัวหน้า และครูในศูนย์พัฒนาเด็กเล็กที่ไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินคุณภาพ 34 ศูนย์ จำนวน 98 คน โดยวิธีเฉพาะเจาะจงตามคุณสมบัติที่กำหนด

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ มี จำนวน 3 ชุด ได้แก่

1. แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ตำแหน่ง และประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน

2. แบบสอบถามการบริหารความเสี่ยง ผู้วิจัยประยุกต์ใช้แบบสอบถามของธัญญรัตน์ สายใหม่ (2560) ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ด้านการดำเนินการ ด้านการเงิน และด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย/กฎระเบียบ จำนวน 40 ข้อ แบบมาตราประมาณค่า 5 ระดับจากน้อยที่สุดถึงมากที่สุด ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาของเครื่องมือ (Content validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน มีค่าเท่ากับ .90 และนำไปหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ กับบุคคลที่คล้ายกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 คนโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค มีค่าเท่ากับ .90

3. แบบสอบถามผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามจากการทบทวนวรรณกรรม และการสัมภาษณ์เชิงลึกประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการศูนย์เด็กเล็ก ด้านการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมพัฒนาการเด็ก และด้านคุณภาพเด็ก เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) มี 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 30 ข้อ ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาของเครื่องมือ (Content validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน มีค่าเท่ากับ .90 และนำไปหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ กับบุคคลที่คล้ายกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คนโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค มีค่าเท่ากับ .92

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ก่อนดำเนินการวิจัยผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความเคารพในความเป็นบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตัดสินใจเข้าร่วมการวิจัย ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย ประโยชน์ และความเสี่ยงใดบ้างที่จะได้รับการวิจัยครั้งนี้ ข้อมูลต่างๆที่ได้ในการวิจัย จะมีเฉพาะผู้วิจัยทราบ และข้อมูลที่ได้ในการวิจัยทุกอย่างจะใช้ประโยชน์ทางวิชาการและเสนอในภาพรวมเท่านั้น ในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างปฏิเสธไม่เข้าร่วมการวิจัย หรือถอนตัวจากการวิจัยในภายหลัง ไม่ว่าด้วยเหตุผลใดก็ตาม ผลจากการปฏิเสธจะไม่ส่งผลกระทบต่อกลุ่มตัวอย่าง เมื่อกลุ่มตัวอย่างตัดสินใจ แล้วให้เซ็นยินยอมในใบพิทักษ์สิทธิเก็บไว้เป็นหลักฐาน และใช้เวลาตอบแบบสอบถามประมาณ 30-40 นาที หลังได้รับแบบสอบถามแล้ว ถ้าพบว่าคำตอบใดไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยขอให้กลุ่มตัวอย่างตอบเพิ่มเติมจนครบสมบูรณ์ถูกต้อง ก่อนนำไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง และนำไปวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปในการวิเคราะห์สถิติ

1. ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง นำมาแจกแจงความถี่ และร้อยละ
2. วิเคราะห์ค่าคะแนนแบบประเมินการบริหารความเสี่ยง และแบบสอบถามผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กโดยคำนวณหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ได้แก่ การบริหารความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก โดยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation) และทดสอบระดับนัยสำคัญที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 98 มีอายุมากกว่า 35 ปี ร้อยละ 76.50 ตำแหน่งครู ร้อยละ 76.50 และมีประสบการณ์การทำงานในตำแหน่งปัจจุบันมากกว่า 5 ปี ร้อยละ 76.50

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการบริหารความเสี่ยง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของการบริหารความเสี่ยง รายด้าน

(n = 98)

การบริหารความเสี่ยง	$\bar{x}$	SD	ระดับ
การบริหารความเสี่ยง (โดยรวม)	2.80	1.01	ปานกลาง
ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์	2.83	1.28	ปานกลาง
ด้านการดำเนินการ	2.76	1.11	ปานกลาง
ด้านการเงิน	2.85	1.13	ปานกลาง
ด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย/กฎระเบียบ	2.75	0.97	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 การบริหารความเสี่ยงของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.80$, SD = 1.01) และการบริหารความเสี่ยงในทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 3 ข้อมูลผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับของผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก รายด้าน

(n = 98)

ผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก	$\bar{x}$	SD	ระดับ
ผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก (โดยรวม)	4.12	0.38	มาก
ด้านการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมพัฒนาการเด็ก	4.23	0.53	มากที่สุด
ด้านคุณภาพเด็ก	4.17	0.39	มาก
ด้านการบริหารจัดการศูนย์เด็กเล็ก	3.97	0.40	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.12$, $SD = 0.38$) และผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมพัฒนาการเด็กอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.23$, $SD = 0.53$)

ส่วนที่ 5 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัย ได้แก่ การบริหารความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก นำเสนอผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่าง การบริหารความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

(n = 98)

ตัวแปร	ผลการดำเนินงานในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก
การบริหารความเสี่ยง	.15*

** $p < .05$

จากตารางที่ 3 พบว่า การบริหารความเสี่ยงมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำกับผลการดำเนินงานในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = .15$)

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยผู้วิจัยอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการบริหารความเสี่ยงของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ผลการวิจัย พบว่า การบริหารความเสี่ยงของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 2.80$, $SD = 1.01$) และการบริหารความเสี่ยงในทุกด้านอยู่ในระดับปานกลาง อาจเนื่องจากศูนย์พัฒนาเด็กเล็กทั้งหมดนี้ยังไม่ผ่านเกณฑ์ประเมินมาตรฐานจึงพยายามพัฒนาปรับปรุงคุณภาพ ซึ่งจากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างก็พบว่า ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กพยายามดำเนินงานทุกอย่างให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานและให้มีคุณภาพมากขึ้น เพื่อการพัฒนาและส่งเสริมคุณภาพของเด็กให้มีคุณภาพ ขัดแย้งกับการศึกษาอื่น ที่พบว่า การบริหารความเสี่ยงของศูนย์เด็กเล็กอยู่ในระดับมาก (ธัญญรัตน์ สายใหม่, 2560) นอกจากผลการวิจัยพบว่า

การบริหารความเสี่ยงด้านการดำเนินการมีค่าคะแนนต่ำสุด แสดงให้เห็นว่า บุคลากรพยายามดำเนินงานให้มีคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของปสุตา โอษฐ์จันทร์ศรี (2558) ที่พบว่าโรงเรียนเอกชนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานมีการบริหารจัดการความเสี่ยงในด้านดำเนินการต่างๆโดยการจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสม พัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพ เพื่อให้เกิดความเสี่ยงในด้านต่างๆ

2. เพื่อศึกษาผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ผลการวิจัย พบว่า ผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.12$, $SD = 0.38$) อาจเนื่องจากผู้บริหารและครูทางศูนย์พัฒนาเด็กได้มุ่งมั่นทุ่มเทดำเนินงานให้มีมาตรฐานและผลดำเนินการต่างๆมากขึ้นเพื่อให้ศูนย์มีคุณภาพและผ่านเกณฑ์การประเมิน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มัณฑนา นิตะอินทร์ (2557) ที่ศึกษาสภาพและปัญหาการบริหารงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี พบว่าบริหารงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็กโดยรวมอยู่ในระดับมากและงานวิจัยของทองสา คำสุเรศ ธีระ ภูติ อมร มะลาศรี (2557) ที่พบว่า ผลสำเร็จการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กเล็กของเทศบาลในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจากความมุ่งมั่นในการทำงานของบุคลากรในศูนย์ และนอกจากนี้จากผลการวิจัย ยังพบว่า ผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กด้านการจัดกระบวนการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมพัฒนาการเด็กอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.23$, $SD = 0.53$) ซึ่งอาจเป็นเพราะว่าในปัจจุบันสถานศึกษาต่างๆ มีนโยบายเร่งรัดพัฒนาคุณภาพการศึกษา ซึ่งทำให้บุคลากรได้ตระหนักถึงความสำคัญด้านการเรียนรู้ของเด็กจึงมีความพยายามที่จะส่งเสริมให้เด็กได้มีพัฒนาการที่ถูกต้องและเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนัน ชันทะสิทธิ์ (2552) พบว่า การประเมินพัฒนาการและสื่อการเรียนรู้ของเด็กมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เพื่อให้เด็กมีพัฒนาการที่เหมาะสมกับวัยและเกิดการเรียนรู้ให้มากที่สุด

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานของของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ผลการวิจัยพบว่า การบริหารความเสี่ยงมีความสัมพันธ์ระดับต่ำกับผลการดำเนินงานในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($r = .15$) แสดงให้เห็นว่า ความเสี่ยงในศูนย์พัฒนาเด็กมีผลต่อผลการดำเนินงานของศูนย์ได้ สอดคล้องกับการศึกษาของณัชชญา ปัทมทัตตานนท์ (2553) พบว่า การจัดการความเสี่ยงของผู้บริหารสถานศึกษา กับประสิทธิผลของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในจังหวัดปทุมธานี มีความสัมพันธ์กันทางบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และงานวิจัยของปสุตา โอษฐ์จันทร์ศรี (2558) ที่พบว่าโรงเรียนเอกชนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานมีการบริหารจัดการความเสี่ยงในด้านดำเนินการต่างๆโดยการจัดสรรทรัพยากรต่างๆให้เหมาะสม ทั้งด้านนโยบาย ด้านพัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพ เพื่อให้ผลการดำเนินการต่างๆ ในองค์กรมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของทองสา คำสุเรศ ธีระ ภูติ และอมร มะลาศรี (2557) ที่เสนอว่า ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กควรจัดให้มีการบริหารจัดการต่างๆทั้งเรื่องความเสี่ยงด้านอาคารสถานที่ ด้านสิ่งแวดล้อม การบริหารจัดการต่างๆต้องให้อัตโนมัติการบรรลุวัตถุประสงค์ของการจัดการศึกษาของเทศบาล ซึ่งจะส่งผลต่อความสำเร็จของศูนย์เด็กเล็ก ดังนั้นเพื่อให้ผลการดำเนินงานของศูนย์เด็กเล็กมีประสิทธิภาพจึงต้องมีการบริหารความเสี่ยงของศูนย์เด็กเล็กให้มีคุณภาพต่อไป

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะด้านการนำไปใช้ประโยชน์

1. เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาการบริหารความเสี่ยงในด้านการเงิน ด้านกลยุทธ์ ด้านการดำเนินการ และด้านการปฏิบัติในศูนย์เด็กเล็กให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน
2. นำไปวางแผนพัฒนาผลการดำเนินงานในด้านการบริหารจัดการศูนย์เด็กเล็กให้มีคุณภาพ

ข้อเสนอแนะด้านการวิจัย

ควรนำผลการวิจัยไปพัฒนารูปแบบการบริหารความเสี่ยงในศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก และหรือ ศึกษาตัวแปรอื่นที่ส่งผลต่อการบริหารความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2544). แผนนโยบายการจัดการศึกษาในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ระยะ 15 ปี (พ.ศ. 2545–2559). กรุงเทพฯ: ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- กระทรวงมหาดไทย. (2553). มาตรฐานการดำเนินงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็กขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. กรุงเทพฯ : สำนักประสานและพัฒนาการจัดการศึกษาท้องถิ่น.
- ณัชธินา ปัทมทัตตานนท์. (2553). การจัดการความเสี่ยงที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชภัฏราชชมงคล.
- ทองสา คำสุเรศ ธีระ ภูติและอมร มะลาศรี. (2557). การศึกษาผลสำเร็จการบริหารศูนย์พัฒนาเด็กเล็กของเทศบาลในจังหวัดกาฬสินธุ์.วารสารวิชาการแพรวกาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์. 1(2).118-130.
- ธัญญารัตน์ สายใหม่. (2560). การบริหารความเสี่ยงของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชภัฏราชชมงคล.
- ปสุตา โอษฐ์จันทร์ศรี. (2558). รูปแบบการบริหารความเสี่ยงด้านนโยบายและด้านกลยุทธ์ของโรงเรียนเอกชนระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดกระทรวงศึกษาธิการ. วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี. 12(2). 80 -91.
- มณฑนา นิตะอินทร์. (2557). ศึกษาสภาพและปัญหาการบริหารงานศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตจังหวัดอุบลราชธานี. วารสารบริหารการศึกษาบัวบัณฑิต. 14(1). 130 -142.
- สุนัน ชันทะสิทธิ์. (2552). สภาพและการบริหารการศึกษาปฐมวัยในศูนย์พัฒนาเด็กเล็กสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดเลย. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของฟิซิกส์ (IoT) ในการปฏิบัติงานของหน่วยงาน ในจังหวัดตาก

Application of Internet of Things (IoT) Technology in the Operations of Agencies in Tak Province

บัวพรรณ คำเฉลา^{*1} ภัครมล ศิริอรุณ² โยธิน เทพบุญ³

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการใช้เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตของฟิซิกส์ (IoT) ของหน่วยงานราชการ ในอำเภอเมือง จังหวัดตาก 2) เพื่อเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตของฟิซิกส์ (IoT) ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่ใช้เทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตของฟิซิกส์ในจังหวัดตาก ได้แก่ สำนักงานจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 4 จำนวน 18 คน สำนักงาน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 19 คน และแขวงทางหลวงที่ 2 จำนวน 9 คน รวมจำนวนทั้งหมด 46 คน การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ one way ANOVA วิธีดำเนินการวิจัยได้ประเมินทั้ง 3 ด้าน คือ 1) ด้านการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของฟิซิกส์ 2) ด้าน ประโยชน์การรับรู้ระยะไกล 3) ด้านปัญหาหรือข้อด้อยของเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของฟิซิกส์

จากผลการวิจัยพบว่า คะแนนระดับความคิดเห็นของผู้ประเมินทั้งสามกลุ่มแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จากผลการประเมิน 3 ด้านมีผลประเมินที่แตกต่างกันสองด้าน คือ ด้านการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของฟิซิกส์ (IoT) ($P=0.00$, $P<0.05$) และด้านประโยชน์ของ เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของฟิซิกส์ ($P=0.01$, $P>0.05$) ส่วนด้านปัญหาหรือข้อด้อยของเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ตของฟิซิกส์ (IoT) นั้นไม่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การใช้เทคโนโลยีและประโยชน์ที่ได้ จากอินเทอร์เน็ตของฟิซิกส์ (IoT) ให้ผลแตกต่างกัน ตามลักษณะการนำไปประยุกต์ใช้งานของ หน่วยงานต่าง ๆ

คำสำคัญ: อินเทอร์เน็ตของฟิซิกส์, แอปพลิเคชัน , เทคโนโลยี

Abstract

The purpose of the 1) study was the use of Internet of Things (IoT) technology for government work in Muang District, Tak Province. 2) To compare the benefits the utilization of Internet of Things (IoT) technology, the population used in the research

was staff in the organization using Internet of Things technology in Tak Province, including the Forest Resource Management Office 4, of 18 people, the Natural Resources Office. And environment 19 people and Highway District 2 number 9 people totaling 46 people The data analyzed by statistics, frequency, percentage, mean and one way ANOVA research method were assessed in 3 areas: 1) the use of internet of things technology 2) benefit of remote sensing 3) problem aspect. Or disadvantages of Internet of Things technology

Data analysis was performed by using descriptive statistics including percentage, mean and standard deviation. The inferential statistics used to analyze the data is One-Way ANOVA. The score of evaluation of three groups is significantly statistically different ($P = 0.00$, $P < 0.05$). However, the result shows that two groups are significantly different ($P=0.00$, $P < 0.05$). The problems or disadvantage of remote sensing technology is not different, although using remote sensing technology and its benefits are different base on agencies application.

Keywords: Internet of Things (IOT), Application , Technology

บทนำ

ในปัจจุบัน เทคโนโลยี Internet of Things มีประโยชน์ในหลายด้านทั้งเรื่องการเก็บข้อมูลที่แม่นยำและเป็นปัจจุบัน ช่วยลดต้นทุน แถมยังช่วยเพิ่มผลผลิตของพนักงานหรือผู้ใช้งานได้ แต่แน่นอนว่าทุกอย่างย่อมมีทั้งข้อดีและข้อเสีย การที่อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ สามารถเชื่อมโยงหรือส่งข้อมูลถึงกันได้ด้วยอินเทอร์เน็ตย่อมทำให้เกิดความเสี่ยงต่อข้อมูลเหล่านั้น ยิ่งอุปกรณ์เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้มากขึ้นเท่าไร เครือข่ายของ IoT ก็ยิ่งซับซ้อนมากขึ้นเท่านั้นและข้อมูลที่ละเอียดอ่อนยิ่งขึ้นก็就会有ความเสี่ยง จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการรักษาความปลอดภัยของเครือข่าย หาวิธีป้องกันที่สามารถรับมือกับเหล่า Hacker หรือผู้ไม่หวังดีที่ต้องการโจมตีเครือข่ายขโมยข้อมูลหรือใช้ช่องโหว่ในการเข้าควบคุมเครือข่าย ฉะนั้นผู้เชี่ยวชาญด้านความปลอดภัยทาง IoT จึงจำเป็นต้องพัฒนามาตรการและระบบรักษาความปลอดภัยเพื่อให้ธุรกิจและการใช้งาน IoT สามารถดำเนินต่อไปได้

Internet of Things (IoT) ซึ่งหมายถึง การที่อุปกรณ์อัจฉริยะต่าง ๆ สามารถสื่อสารกันได้ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ทำให้มนุษย์สามารถสั่งการและควบคุมการใช้งานอุปกรณ์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ เทคโนโลยีดังกล่าวได้มีการเติบโตและได้รับการจัดอันดับให้เป็นเทคโนโลยีที่น่าจับตามองมาตลอดตั้งแต่แรก Gartner (2017) ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลด้านเทคโนโลยี

สารสนเทศชั้นนำของโลกทำนายว่า ภายในปี ค.ศ.2020 อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ถูกผลิตขึ้นมาใหม่ร้อยละ 95 จะมีเทคโนโลยี Internet of Things ผนวกเข้า (2562)

อ้างอิงสถิติจากสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยี IoT ในประเทศไทยยังคงมีโอกาสดีได้อีกมาก โดยจำนวนครัวเรือนที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตปัจจุบันมีมากถึง 10.7 ล้านครัวเรือน ในขณะที่ภาคการเกษตรมีมูลค่าการส่งออกสูงถึง 1.2 ล้านล้านบาท และจำนวนโรงงานทั่วประเทศมีมากถึงเกือบ 140,000 โรงงาน เหล่านี้ พร้อมที่นำเทคโนโลยี IoT เข้าไปใช้เพื่อก้าวไปสู่ความเป็น Smart Home, Smart Farm และ Smart Factory ในอนาคต Sorawit Boonmee. (2018)

ทางคณะวิจัย จึงมีวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาข้อมูลการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตออฟฟิงส์ (IOT) ในการปฏิบัติงานของหน่วยงานราชการ ในพื้นที่จังหวัดตาก เพื่อนำไปใช้งานให้เกิดประโยชน์กับประชาชนหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตออฟฟิงส์ของสำนักงานจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 4 สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แขวงทางหลวงที่ 2 จังหวัดตาก
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตออฟฟิงส์

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 การใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตออฟฟิงส์ของสำนักงานจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 4 สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แขวงทางหลวงที่ 2 จังหวัดตาก มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

Internet of Things คือ “ข้อมูล” ซึ่งข้อมูลในที่หมายถึง สิ่งที่มีอยู่ทั่วไปรอบ ๆ ตัวเรา มีอยู่ในธรรมชาติ มีอยู่ในทุก ๆ ที่ทั่วโลกจำนวนมากหรือที่เรียกว่า Big Analog Data เช่น แสง เสียง อุณหภูมิแรงดันไฟฟ้าสัญญาณวิทยุ ความชื้น การสั่นสะเทือนความเร็วลม การเคลื่อนไหว อัตราเร่ง อนุภาค คลื่นแม่เหล็ก ความดัน เวลาและสถานที่ ฯลฯ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้มีอยู่จำนวนมาก ถึงแม้ว่าข้อมูลเหล่านี้จะถูกมองว่าเป็นข้อมูลพื้นฐานทั่วไปที่มีมานานแล้ว แต่มันเป็นความท้าทายที่สำคัญสำหรับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ที่จะนำข้อมูลเหล่านี้มาให้อยู่ในรูปแบบของดิจิทัล ที่มีอยู่เพียงสองค่า 0 และ 1 โดยข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้มานั้นจะมีการเชื่อมต่อหรือประสานกันอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาผ่านระบบการสื่อสารระบบใดระบบหนึ่ง (อินเทอร์เน็ต) โดยครอบคลุมการทำงานใน 3 ลักษณะ คือ 1. เพื่อให้ผู้ใช้สามารถสังเกตการณ์ได้ (Monitor) หมายถึง Internet of Things จะต้องสามารถ

ตรวจสอบ สังเกตการณ์ รายงาน นำเสนอข้อมูลต่าง ๆ อย่างต่อเนื่องตลอดเวลาได้และข้อมูลนั้นเป็นข้อมูลทันสมัยในเวลาจริง (Real time) เช่น ผู้ใช้สามารถดูข้อมูลอุณหภูมิความชื้นของห้องนอนผ่านระบบอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา หรือผู้ใช้สามารถเฝ้าเหตุการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในบ้าน สำนักงาน หรือที่ใดก็ได้ที่สามารถเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ คำว่า Real time ในความหมายของ Internet of Things จะแตกต่างจากความหมายทั่วไปที่เข้าใจกัน คือ เวลาจริงของข้อมูลที่ได้จาก Internet of Things นั้นจะเกิดกับอุปกรณ์ตรวจจับ (Sensor) เมื่อมีการรับ-ส่งข้อมูลผลลัพธ์ที่ได้จะเกิดขึ้นที่อุปกรณ์ตรวจจับและส่งกลับมาที่อุปกรณ์สื่อสารโดยตรงไม่ใช่ที่ระบบเครือข่ายหรือระบบคอมพิวเตอร์ที่จะเป็นตัวส่งข้อมูลให้กับอุปกรณ์สื่อสาร 2. เพื่อให้ผู้ใช้สามารถทำการบำรุงรักษาดูแล (Maintain) เนื่องจากผู้ใช้สามารถตรวจสอบหรือสังเกตการณ์สิ่งที่เกิดขึ้นผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ตลอดเวลา ผู้ใช้จึงอาจพบข้อมูลบางอย่างที่ต้องการ หรือเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งที่เป็นปัญหา จึงต้องการทำการบันทึก แก้ไข ปรับปรุง อัปเดต ดังนั้น Internet of Things จึงจะต้องสามารถช่วยเหลือผู้ใช้ได้ตามที่ผู้ใช้ต้องการได้ 3. เพื่อให้เกิดแรงกระตุ้นหรือสร้างความสนใจให้กับผู้ใช้ (Motivate) ด้วยการติดต่อหรือเชื่อมต่อกับผู้ใช้ตลอดเวลา จึงทำให้ Internet of Things สามารถกระตุ้นหรือจูงใจผู้ใช้งาน เช่น สามารถทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า หรือทำให้บุคลากรในหน่วยงานได้ปฏิบัติงานได้ถูกต้องประโยชน์ของ Internet of Things เมื่อ Internet of Things เริ่มเข้ามามีอิทธิพลในชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้น (Michael S Smith, 2015) ย่อมส่งผลใน 3 ระดับคือ 1. ระดับบุคคล (Personal Use) โดย Internet of Things จะเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตของทุกคน การสื่อสารกับอุปกรณ์ ต่าง ๆ สามารถทำได้ง่าย ข้อมูลจำนวนมาก จะส่งตรงไปยังผู้ใช้การอำนวยความสะดวกในการทำงานและบริการต่าง ๆ จะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น สามารถส่งข้อมูลความดันโลหิต ระดับน้ำตาลในเลือด หรือข้อมูลอื่น ๆ ที่หมอต้องการ ที่ได้จากการเครื่องวัดสุขภาพ ที่เป็นอุปกรณ์คอยติดตามและรายงานความเปลี่ยนแปลงทางสุขภาพต่างๆ ของแต่ละบุคคลได้ หรือเซนเซอร์ที่ติดอยู่บนรถเมื่อประสบอุบัติเหตุจะส่งข้อมูลไปยังรถฉุกเฉินเพื่อแจ้งเตือนไปยังการเกิดอุบัติเหตุ และทำการค้นหาผ่านระบบตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ นอกจากนี้ Internet of Things จะนำไปสู่ “สมาร์ทโฮม (Smart home)” หรือบ้านอัจฉริยะ ที่สามารถปรับอุณหภูมิ เปิด-ปิดไฟภายในบ้าน เปิด-ปิดประตูโรงรถได้ผ่านทางโทรศัพท์มือถือ หรือตู้เย็นที่สามารถติดตาม รายงานข้อมูลอาหารที่อยู่ภายในตู้เย็นได้ 2. ระดับรัฐบาล (Government Use) การเข้ามาของเทคโนโลยี Internet of Things นำไปสู่แผนและกลยุทธ์ในการพัฒนาประเทศของหลาย ๆ ประเทศ ที่ต้องปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์หรือนโยบายโดยนำเอาแนวคิด Internet of Things มาเป็นเครื่องมือในการนำประเทศไปสู่ “Smart cities” ขึ้น เพื่อช่วยให้การบริหารจัดการทรัพยากรต่าง ๆ ด้วยสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ลดค่าใช้จ่าย ใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ตัวอย่างเช่น ประเทศสิงคโปร์ ได้ทำใช้ระบบการเชื่อมต่ออุปกรณ์อัจฉริยะกับรถแท็กซี่ เพื่อให้รถแท็กซี่ส่งข้อมูลรายงานสภาพการจราจรบนท้องถนน โดยมีเซนเซอร์ที่คอยจัดส่งข้อมูลไปยังศูนย์กลางของเครือข่าย

และการวิเคราะห์ทำนายรูปแบบการจราจรและควบคุมสัญญาณไฟจราจรเพื่อปรับเปลี่ยนเส้นทางให้สอดคล้องกับสภาพการจราจรสำหรับประเทศไทย กำลังมีการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่ “Value-Based Economy” หรือเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม เปลี่ยนการผลิตสินค้าโภคภัณฑ์ไปสู่สินค้าเชิงนวัตกรรม เปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม และเปลี่ยนจากการเน้นภาคการผลิตสินค้าภาคบริการมากขึ้น ที่เรียกว่า “ประเทศไทย 4.0” โดยแนวคิดนี้เป็นการมุ่งพัฒนาวิทยาการด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม ด้วยการวิจัยและพัฒนา ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านอาหาร เกษตร และเทคโนโลยีชีวภาพ ด้านสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีทางการแพทย์ ด้านเครื่องมืออุปกรณ์อัจฉริยะ หุ่นยนต์ และระบบเครื่องกลที่ใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์รวมทั้งด้านดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์และเทคโนโลยีสมองกลฝังตัว และเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อและบังคับอุปกรณ์ต่างๆ (Internet of Things) จากนโยบายดังกล่าวยอมทำให้ทุกภาคส่วนต้องขับเคลื่อนนโยบายไปสู่การปฏิบัติให้ได้ ซึ่งทางด้านการศึกษาเป็นภาคส่วนหนึ่งที่สำคัญที่จะทำให้การ Internet of Things สามารถเข้าถึงและเป็นจริงได้ ด้วยการเตรียมความพร้อมทั้งการผลิตคนและการผลิตนวัตกรรมต่าง ๆ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสู่การใช้งาน Internet of Things 3. ระดับโลก (Global Use) เป็นผลจากพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของคนทั่วโลก ส่งผลให้การพัฒนา Internet of Thing มีพัฒนาการอย่างรวดเร็ว ทุกคนทั่วโลกสามารถเข้าถึงบริการ Internet of Thing ได้จากเครือข่ายทั่วโลก วิวัฒน์ มีสุวรรณ. (2559)

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่ใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตออฟฟิศในจังหวัดตาก

กลุ่มตัวอย่าง เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่ใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตออฟฟิศในจังหวัดตาก ได้แก่ สำนักจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 4 จำนวน 18 คน สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 19 คน และแขวงทางหลวงที่ 2 จำนวน 9 คน รวมจำนวนทั้งหมด 46 คน

2. เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ เพื่อสำรวจผลการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตออฟฟิศเพื่อการปฏิบัติงานในจังหวัดตาก ทั้งนี้การสำรวจดังกล่าวเป็นการศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างคือเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจังหวัดตาก ซึ่งคณะผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) จึงเก็บข้อมูลแบบ

ครั้งเดียว (one-short case study) รวมจำนวนเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในสำนักงานจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 4 จำนวน 18 คน สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 19 คน จำนวนและแนวทางหลวงที่ 2 จำนวน 9 คน รวมทั้งหมด จำนวน 46 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คณะผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ข้อมูลทั่วไป ข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตออฟฟิศ และข้อเสนอแนะจากผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการวิเคราะห์ข้อมูลนั้น คณะผู้วิจัยดำเนินการโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนสถิติเชิงอนุมานที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA)

ผลการวิจัย

จากการศึกษาการใช้ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตออฟฟิศ เพื่อการปฏิบัติงานของหน่วยงานในจังหวัดสำนักงานจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 4 สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และแนวทางหลวงที่ 2 คนสามารถแสดงผลการวิจัยได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลส่วนตัว

ข้อมูลส่วนตัว		ผู้ประเมิน (n=46)					
		สำนักงานจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 4 (N=18)		สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (N=19)		แนวทางหลวงที่ 2 (N=9)	
		จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)
เพศ	ชาย	10	55.56	14	73.68	5	55.56
	หญิง	8	44.44	5	26.31	4	44.44
อายุ	ต่ำกว่า 25 ปี	0	0	0	0	2	22.22
	25-35 ปี	6	33.33	4	21.05	2	22.22
	36-45 ปี	10	55.55	8	42.10	3	33.34
	46 ปีขึ้นไป	2	11.11	7	36.84	2	22.22
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	0	0	0	0	2	22.22
	มัธยมศึกษา หรือเทียบเท่า	3	16.66	3	15.78	3	33.33

ข้อมูลส่วนตัว	ผู้ประเมิน (n=46)					
	สำนักจัดการ		สำนักงาน		แขวงทางหลวงที่ 2	
	ทรัพยากรป่าไม้ที่		ทรัพยากรธรรมชาติ		(N=9)	
	4 (N=18)		และสิ่งแวดล้อม		(N=19)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
	(คน)	(%)	(คน)	(%)	(คน)	(%)
ปริญญาตรี หรือสูงกว่า	15	83.33	16	84.21	4	44.44
น้อยกว่า						
น้อยกว่า 1 ปี	0	0	0	0	1	11.11
1-5 ปี	2	11.11	7	36.84	4	44.44
6-10 ปี	9	50.00	4	21.05	2	22.22
มากกว่า 10 ปี	7	38.88	8	42.10	2	22.22

จากตารางที่ 1 พบว่าข้อมูลส่วนตัวของหน่วยงานสำนักจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 4 มีเพศชาย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 และเพศหญิงจำนวน 8 คน จำนวน 44.44 มีอายุ ระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 55.55 มีระดับการศึกษา ปริญญาตรี หรือสูงกว่า จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 และอายุงาน 6-10 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และข้อมูลส่วนตัวของหน่วยงานสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นเพศชาย 14 คน คิดเป็นร้อยละ 73.68 เพศหญิง 5 คน คิดเป็นร้อยละ 26.31 อายุระหว่าง 36-45 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 42.10 ระดับการศึกษา ปริญญาตรีหรือสูงกว่า จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 84.21 และอายุงาน มากกว่า 10 ปี จำนวน

ตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตออฟริงส์เพื่อการปฏิบัติงาน

หัวข้อการประเมิน	ระดับความเห็น		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความ คิดเห็น
1. ด้านการใช้เทคโนโลยี IOT			
1.1 การติดตามตรวจสอบภัยธรรมชาติ (Natural Disaster Monitoring)	4.28	0.75	มาก

หัวข้อการประเมิน	ระดับความเห็น		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความ คิดเห็น
1.2 การศึกษาแนวชายฝั่งและมหาสมุทร (Coastal and Oceanic Study)	3.98	0.86	มาก
1.3 การศึกษาด้านชลประทาน	4.07	1.00	มาก
1.4 การสำรวจทางโบราณคดีและมานุษยวิทยา (Archaeology and Anthropology Study)	3.98	1.39	มาก
1.5 การรังวัดภาพและการทำแผนที่ (Photogrammetry and Cartography)	4.28	0.78	มาก
1.6 การสำรวจทางธรณีวิทยา (Geological Survey)	4.04	0.85	มาก
1.7 การศึกษาทางวิศวกรรมโยธา (Civil Engineering)	4.11	0.95	มาก
1.8 การศึกษาในภาคการเกษตรและการจัดการป่าไม้ (Agricultural and Forestry Study)	4.11	0.88	มาก
1.9 การวางผังเมือง (Urban planning)	4.11	0.99	มาก
2. ด้านประโยชน์เทคโนโลยี IOT			
2.1 ตรวจวัดครอบคลุมพื้นที่ได้เป็นบริเวณกว้าง ทำให้มองภาพรวมได้ง่าย และได้ข้อมูลที่ค่อนข้างทันต่อเหตุการณ์	4.24	0.82	มาก
2.2 ตรวจวัดได้ในหลายระดับของความละเอียด เชิงพื้นที่และเชิงรังสี ขึ้นอยู่กับความสามารถของอุปกรณ์ และระดับความสูงของสถานีติดตั้ง	4.07	0.80	มาก
2.3 ตรวจวัดได้อย่างต่อเนื่อง กลางวัน กลางคืน ในช่วง เทอร์มอล อินฟราเรด (TIR) และไมโครเวฟ	3.93	0.77	มาก
2.4 ตรวจวัดได้ หลายช่วงคลื่น ทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุหรือวัตถุที่ศึกษา มากกว่าที่รับรู้ตามปกติ	3.98	0.77	มาก
2.5 ตรวจวัดข้อมูลในพื้นที่ ที่เข้าถึงทางพื้นดินลำบาก ได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.02	0.82	มาก
3. ด้านปัญหา/ข้อด้อย เทคโนโลยี IOT			
3.1 ราคา งบลงทุน ในเบื้องต้นและงบดำเนินการค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในการจัดหาสถานีติดตั้งและการสร้างอุปกรณ์ตรวจวัด	4.37	1.06	มาก

หัวข้อการประเมิน	ระดับความเห็น		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ ความ คิดเห็น
3.2 ต้องใช้บุคลากรที่ได้รับการฝึกฝนเฉพาะด้าน	4.35	1.06	มาก
3.3 ข้อมูลที่ได้บางครั้งยังขาดความละเอียดเชิงพื้นที่ เนื่องจากมาจากการสำรวจระยะไกลมีข้อจำกัดอยู่	4.24	0.77	มาก
3.4 ข้อมูลที่ได้ยังคลาดเคลื่อน เช่นความบกพร่องของตัวระบบ สภาวะแวดล้อมขณะการตรวจวัด	4.15	0.84	มาก

จากตารางที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตออฟจึงส์เพื่อการใช้งาน 1. ด้านการใช้เทคโนโลยี IOT มีระดับความเห็นมากทุกด้าน โดยสามารถเรียงลำดับความความเห็นจากค่ามากไปหาน้อย ดังนี้ การติดตามตรวจสอบภัยธรรมชาติ (Natural Disaster Monitoring) และ การรังวัดภาพและการทำแผนที่ (Photogrammetry and Cartography) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.28 รองลงมา คือ การศึกษาทางวิศวกรรมโยธา (Civil Engineering) และ การศึกษาในภาคการเกษตรและการจัดการป่าไม้ (Agricultural and Forestry Study) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.11 การศึกษาด้านชลประทาน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.07 การสำรวจทางธรณีวิทยา (Geological Survey) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.04 และ อันดับสุดท้าย การศึกษาแนวชายฝั่งและมหาสมุทร (Coastal and Oceanic Study) และ การสำรวจทางโบราณคดีและมนุษยวิทยา (Archaeology and Anthropology Study) มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.98

2. ด้านประโยชน์เทคโนโลยี IOT มีระดับความเห็นมากทุกด้าน โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นจากค่ามากไปหาน้อย ดังนี้ ตรวจวัดครอบคลุมพื้นที่ได้เป็นบริเวณกว้าง ทำให้มองภาพรวมได้ง่าย และได้ข้อมูลที่ค่อนข้างทันต่อเหตุการณ์ มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.24 รองลงมา คือ ตรวจวัดได้ในหลายระดับของความละเอียด เชิงพื้นที่และเชิงรังสีขึ้นอยู่กับความสามารถของอุปกรณ์ และระดับความสูงของสถานีติดตั้ง มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.07 ตรวจวัดข้อมูลในพื้นที่ ที่เข้าถึงทางพื้นดินลำบาก ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 และ ตรวจวัดได้อย่างต่อเนื่อง กลางวัน กลางคืน ในช่วง เทอร์มอลอินฟราเรด (TIR) และไมโครเวฟ และ ตรวจวัดได้ หลายช่วงคลื่น ทำให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับวัตถุหรือวัตถุที่ศึกษา มกตกหมึกมากกว่าที่รับรู้ตามปกติมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98

3. ด้านปัญหา/ข้อด้อย เทคโนโลยี IOT มีระดับความคิดเห็นมากทุกด้าน โดยสามารถเรียงลำดับความคิดเห็นจากค่ามากไปหาน้อย ดังนี้ ราคา งบลงทุน ในเบื้องต้นและงบดำเนินการค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในการจัดหาสถานีติดตั้งและการสร้างอุปกรณ์ตรวจวัด มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.37 รองลงมา คือ ต้องใช้บุคลากรที่ได้รับการฝึกฝนเฉพาะด้าน มีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.35 ข้อมูลที่ได้

บางครั้งยังขาดความละเอียดเชิงพื้นที่ เนื่องจากมาจากการสำรวจระยะไกลมีข้อจำกัดอยู่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และ ข้อมูลที่ได้ยังคงคลาดเคลื่อน เช่นความบกพร่องของตัวระบบ สภาวะแวดล้อมขณะการตรวจวัด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15

ตารางที่ 3 ผลการประเมินระหว่างสำนักจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 4 สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และแขวงทางหลวงที่ 2 จังหวัดตาก

รายการประเมิน	ผู้ประเมิน (N=46)						F	Sig
	สำนักจัดการ ทรัพยากรป่าไม้ ที่ 4 (N=18)		สำนักงาน ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม (N=22)		แขวงทางหลวง ที่ 2 (N=6)			
	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D	$\bar{X}$	S.D		
ด้านการใช้ เทคโนโลยี IOT	3.50	0.78	4.52	0.22	4.13	0.63	16.810	0.000*
ด้านประโยชน์ การ IOT	3.61	0.70	4.31	0.38	4.20	0.58	8.233	0.001*
ด้านปัญหา/ ข้อด้อย IOT	3.98	0.88	4.45	0.51	4.40	0.64	2.316	0.111
สรุปรายการ ประเมิน	3.70	0.67	4.43	0.28	4.24	0.60	10.181	0.000*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการประเมินความคิดเห็นต่อการใช้เทคโนโลยี IOT ระหว่างสำนักจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 4 สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และแขวงทางหลวงที่ 2 จังหวัดตาก จากรายการประเมินทั้งสามด้านดังตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าคะแนนระดับความคิดเห็นของผู้ประเมินทั้งสามกลุ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P=0.00$, $P<0.05$) ผลประเมินที่แตกต่างกันมีสองด้าน คือ ด้านการใช้เทคโนโลยี IOT ($P=0.000$, $P<0.05$) และด้านประโยชน์ IOT ($P=0.001$, $P<0.05$) ส่วนด้านปัญหาหรือข้อด้อยของเทคโนโลยี IOT นั้นไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าถึงแม้หน่วยงานต่างกันแต่การใช้เทคโนโลยี IOT ประโยชน์ที่ได้รับจะแตกต่างกัน แต่ปัญหาหรือข้อด้อยที่มีนั้นไม่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การใช้เทคโนโลยีและประโยชน์ที่ได้จาก IOT ให้ผลแตกต่างกัน ตามลักษณะการนำไปประยุกต์ใช้งานของหน่วยงานต่าง ๆ ส่วนปัญหาหรือข้อด้อยเทคโนโลยี IOT ยังคงเป็นปัญหาของทุกหน่วยงาน เช่น 1. ราคา งบประมาณ ในการจัดหาสถานีดัดตั้ง

และการสร้างอุปกรณ์ตรวจวัด 2. ต้องใช้บุคลากรที่ได้รับการฝึกฝนเฉพาะด้าน 3. ข้อมูลที่ได้ยังคงคลาดเคลื่อน

อภิปรายผล

การอภิปรายผลการศึกษาเรื่องการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของสิ่ง (IoT) ในการปฏิบัติงานของสำนักจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 4 สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แขวงทางหลวงที่ 2 จังหวัดตาก สามารถสรุปตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ผลการศึกษาเรื่องการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของสิ่ง (IoT) ในการปฏิบัติงานของสำนักจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 4 สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แขวงทางหลวงที่ 2 จังหวัดตากได้ทราบถึงประโยชน์ของเทคโนโลยีของ IoT ด้านต่าง ๆ ที่สามารถนำมาพัฒนาประเทศให้เกิดประโยชน์ ทั้งทางด้านภูมิศาสตร์ การคมนาคม การสนับสนุนการประเมินแนวโน้มการใช้ที่ดิน ทางด้านการเกษตร พื้นที่ป่าไม้ สมุทรศาสตร์ การวางผังเมือง ด้านสิ่งแวดล้อม โบราณคดี อุทยานวิทยา/อนุรักษ์ การทำแผนที่ ทรัพยากรน้ำ/อุทกวิทยา โดยมีแนวความคิดที่จะนำเทคโนโลยี IoT มาประยุกต์ใช้เชื่อมโยงกับการเกษตรกรรม ในเรื่องการสื่อสารเป็นเครื่องมือในการจัดการข้อมูลข่าวสาร และการนำประยุกต์ใช้ประโยชน์ในด้านการเกษตร โดยเกษตรกรรมจะมีความแม่นยำสูง ในการนำไอซีทีเข้ามาช่วยในกระบวนการทางการเกษตร ทำให้การใช้ทรัพยากรต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและแม่นยำในการเพาะปลูก เช่น การหว่านเมล็ดพืช การให้ปุ๋ย การให้น้ำ การพ่นยา การเก็บเกี่ยว ฯลฯ ทำให้ใช้ทรัพยากรคุ้มค่าเกิดประโยชน์สูงสุด โดยข้อมูลสารสนเทศที่ต้องใช้สำหรับไอซีทีเพื่อการเกษตร 1. ข้อมูลระบบสนับสนุนการตัดสินใจ 2. ข้อมูลสภาพภูมิอากาศ 3. ข้อมูลการใช้น้ำและการชลประทาน 4. ข้อมูลเทคโนโลยีการผลิตทางด้านเกษตร 5. ข้อมูลแมลงและโรคระบาด เป็นต้น และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ สรวิศ บุญมี (2561)

2. ผลการศึกษาเปรียบเทียบการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตของสิ่ง การประเมินความคิดเห็นต่อการใช้เทคโนโลยี IoT ระหว่างสำนักจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 4 สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และแขวงทางหลวงที่ 2 จังหวัดตาก จากรายการประเมินทั้งสามด้าน แสดงให้เห็นว่าคะแนนระดับความคิดเห็นของผู้ประเมินทั้งสามกลุ่มแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P=0.00$, $P<0.05$) ผลประเมินที่แตกต่างกันมีสองด้าน คือ ด้านการใช้เทคโนโลยี IoT ($P=0.000$, $P<0.05$) และด้านประโยชน์ IoT ($P=0.001$, $P<0.05$) ส่วนด้านปัญหาหรือข้อด้อยของเทคโนโลยี IoT นั้นไม่แตกต่างกัน แสดงให้เห็นว่าถึงแม้หน่วยงานต่างกันแต่การใช้เทคโนโลยี IoT ประโยชน์ที่ได้รับจะแตกต่างกัน แต่ปัญหาหรือข้อด้อยที่มีนั้นไม่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การใช้เทคโนโลยีและประโยชน์ที่ได้จาก IoT ให้ผลแตกต่างกัน ตามลักษณะการนำไปประยุกต์ใช้งานของหน่วยงานต่าง ๆ ส่วนปัญหาหรือข้อด้อยเทคโนโลยี IoT ยังคงเป็นปัญหาของทุก

หน่วยงาน เช่น 1. ราคา งบประมาณ ในการจัดหาสถานีดัดตั้งและการสร้างอุปกรณ์ตรวจวัด และ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ณัฏฐ์ ดิษเจริญ (2562)

บรรณานุกรม

- ชรัตน์ มงคลสวัสดิ์.(2554) การรับรู้ระยะไกลผ่านดาวเทียม (Remote Sensing) ในการจัดการภัยพิบัติในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. การประชุมวิชาการการจัดการภัยพิบัติธรรมชาติในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อการพึ่งพาตนเองของท้องถิ่นอย่างยั่งยืน. ขอนแก่น.
- ณัฏฐ์ ดิษเจริญ, เรืองยศ สร้อยแก้ว, อัจฉราพร ชันธุแสง, อนุสรณ์ บรรเทิง.(2562) การพัฒนาห้องปฏิบัติการเสมือนเพื่อเรียนรู้การประกอบคอมพิวเตอร์ด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือนโดยใช้อุปกรณ์โอculus. วารสารหน่วยวิจัยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมเพื่อการเรียนรู้ 10(2). หน้า 201-215
- สำนักงานพัฒนาเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ (องค์การมหาชน) กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2547). **ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับเทคโนโลยีอวกาศและภูมิสารสนเทศ**. บริษัทสยามเอ็มแอนด์บี พับลิชชิง จำกัด, กรุงเทพฯ
- สุนทรี ทารพันธ์, มณฑล อนุพงศ์พรกุล, ลิขิต ชูจิต และภูวดล โดยดี. (2554). การประยุกต์การสำรวจข้อมูลระยะไกลและระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อการศึกษาการใช้ประโยชน์ที่ดินชายฝั่งทะเลบางพื้นที่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. การประชุมทางวิชาการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 49. กรุงเทพฯ.
- Gartner Says 6.4 Billion Connected "Things" Will Be in Use in 2016, Up 30 Percent From 2015, <http://www.gartner.com/newsroom/id/3165317>
- Manyika, James, Michael Chui, Peter Bisson, Jonathan Woetzel, Richard Dobbs, Jacques Bughin, and Dan Aharon. "The Internet of Things: Mapping the Value Beyond the Hype." McKinsey Global Institute, June 2015.
- Sorawit Boonmee. (2018). EAU HERITAGE JOURNAL Science and technology, 12(1) pp. 59-67
- Thailand World Economic Outlook Database, Apr (2012) International Monetary Fund.
- Wiwat Meesuwan (2016). Internet of Things on Education, The Journal of Social Communication Innovation Srinakharinwirot University, 4(2) pp.83-92

มาตรการทางกฎหมายในการป้องกันและปราบปรามการกระทำละเมิด เครื่องหมายทางการค้า

Legal Measures to Prevent and Suppress on Trademarks Violation Acts.

พีรพล สิมมา¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษามาตรการทางกฎหมายในการป้องกันและปราบปรามการกระทำละเมิดเครื่องหมายทางการค้า โดยพิจารณาจาก (1) ปัญหาการพิสูจน์ความมีชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้า (2) ปัญหาความรับผิดจากการละเมิดการใช้เครื่องหมายการค้า (3) ปัญหาการพิสูจน์ความเสียหายที่เกิดขึ้นกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป (4) ปัญหาเกี่ยวกับการเยียวยาความเสียหาย (5) ปัญหาการป้องกันและปราบปรามผู้กระทำความผิดละเมิดเครื่องหมายการค้า

ผลการวิจัยพบว่า (1) การพิสูจน์ความมีชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 8 (10) มิได้ให้คำจำกัดความหรือหลักเกณฑ์ในการพิจารณาเครื่องหมายการค้า (2) ปัญหาความรับผิดจากการละเมิดเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป กฎหมายมิได้บัญญัติไว้โดยตรงว่า การกระทำใดบ้างที่เป็นการละเมิดเครื่องหมายการค้า (3) ปัญหาการพิสูจน์ความเสียหายที่เกิดขึ้นกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป ผู้มีอำนาจในการฟ้องคดีเรียกค่าสินไหมทดแทนเพื่อการละเมิดและต้องจดทะเบียนเสียก่อน (4) ปัญหาเกี่ยวกับการเยียวยาความเสียหาย กฎหมายมิได้บัญญัติถึง การเยียวยาความเสียหายที่แท้จริงไว้โดยตรง (5) ปัญหาการป้องกันและปราบปรามผู้กระทำความผิด ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบขาดความรู้ความเชี่ยวชาญด้านกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาจึงเสนอแนะให้มีการแก้ไขเพิ่มเติม พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 กรณีความเสียหายจากการลงขายต้องพิสูจน์ให้ได้ว่าเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปจะต้องเป็นผู้พิสูจน์ให้ได้ว่า การใช้เครื่องหมายการค้าของผู้กระทำละเมิดนั้น ก่อให้เกิดความเสียหายอย่างไร และกรณีความเสียหายจากการโฆษณาอันเป็นเท็จต้องพิสูจน์ให้ได้ว่า การแสดงข้อความอันเป็นเท็จหรือหลอกลวงเกี่ยวกับสินค้าของตนหรือของบุคคลอื่น มีการหลอกลวงที่แท้จริงหรืออย่างน้อยมีแนวโน้มที่จะหลอกลวง และอาจมีการตัดสินใจในการซื้อสินค้านั้น

¹ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรนิติศาสตรดุษฎีบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยปทุมธานี โทร 088-5426399

E-mail : johnny53450303@hotmail.com

คำสำคัญ: กฎหมายการป้องกันและปราบปราม , การละเมิดเครื่องหมายทางการค้า , มาตรการทางกฎหมาย

Abstract

The objectives of this research was to study legal measures to prevent and suppress Acts violate trade marks by considering (1) proof problems of reputation of trademarks problems) (2) problems of liability from trademark infringement (3) proof problems of damage occurring with general well-known trademarks (4) problems relating to remedies damage (5) problems of prevention and suppression of trademark infringement offenders.

The research result revealed that (1) proof of reputations of well-known trademarks under the Trademark Act B.E 2534(1991), Section 8 (10) not provide any definition or standard to consider trademark (2) problems of liability from trademark infringement that was well-known in general, the law did not directly stipulate that what are the actions that were a trademark violation.(3) proof problems of damage occurring with general well-known trademarks that was well-known in general, the person who had the power to claim for infringement and Previous registers (4) problems relating to remedies damage, the law did not act to direct remedies for real damage.(5)problems of prevention and suppression of offenders who responsible for the lack of knowledge of intellectual property legal expertise. Therefore suggesting an amendment trademark Act B.E 2534 (1991) in case of fraud damage, must prove that the owner of a well-known trademark generally had to prove that trademark using of the offender causing some damage and in the case of false damage from advertising, must prove that the display of false or deceptive statements about their products or other people's ,there was a real scam or at least more likely to be a scam and may had a decision to purchase that product.

Keywords : Preventing and suppression laws, Trademarks Violation, Legal Measures

บทนำ

ปัจจุบันผู้ประกอบการค้า ได้ใช้เครื่องหมายการค้าเป็นเครื่องมือทางการค้าทั้งภายในประเทศและการส่งออกสินค้าไปจำหน่ายยังต่างประเทศ เจ้าของเครื่องหมายการค้า จึงมีความจำเป็นต้องจดทะเบียนขอรับความคุ้มครองสิทธิในประเทศต่าง ๆ ก่อนส่งสินค้าไปจำหน่ายเพื่อป้องกัน

ปัญหาการละเมิดเครื่องหมายการค้าและมีให้ผู้ใดนำเครื่องหมายการค้าของตนไปจดทะเบียนในต่างประเทศ โดยมีได้เป็นเจ้าของ กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้มีนโยบายการส่งเสริมการให้บริการขอรับความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าในต่างประเทศด้วยความสะดวก รวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย ด้วยการศึกษานโยบายการเข้ามาเป็นภาคีพิธีสารกรุงมาดริด (Madrid Protocol) หากประเทศไทยเข้าเป็นภาคีพิธีสารกรุงมาดริด ผู้ประกอบการหรือผู้ส่งออกของไทยก็จะได้รับประโยชน์ที่จะสามารถยื่นคำขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เพื่อขอรับความคุ้มครองในประเทศต่าง ๆ ได้หลายประเทศในคราวเดียวกัน โดยยื่นคำขอจดทะเบียนเพียงคำขอเดียวใช้เพียงภาษาเดียว และเสียค่าธรรมเนียมเพียงครั้งเดียว ซึ่งก็จะทำให้ได้รับความสะดวกรวดเร็วในการยื่นคำขอจดทะเบียนและประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติม โดยพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2543 มี 4 ประเภทได้แก่ (1) เครื่องหมายการค้า (Trade Mark) คือ เครื่องหมายที่ใช้เป็นที่หมายเกี่ยวข้องกับสินค้าเพื่อแสดงว่า สินค้าที่ใช้เครื่องหมายนั้นแตกต่างกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น เช่น บรีส มาม่า กระทิงแดง (2) เครื่องหมายบริการ (Service Mark) คือ เครื่องหมายที่ใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับบริการเพื่อแสดงว่า บริการที่ใช้เครื่องหมายนั้นแตกต่างกับบริการที่ใช้เครื่องหมายบริการของบุคคลอื่น เช่น เครื่องหมายของสายการบิน ธนาคาร, โรงแรม (3) เครื่องหมายรับรอง (Certification Mark) คือ เครื่องหมายที่เจ้าของเครื่องหมายรับรองใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการของบุคคลอื่น เพื่อเป็นการรับรองคุณภาพของสินค้าหรือบริการนั้น เช่น เซลล์ชวนชิม แม่ช้อยนางรำ ฮาลาล (Halal) และเครื่องหมายการค้าแรง ประเภทที่ (4) เครื่องหมายร่วม (Collective Mark) คือ เครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการที่ใช้โดย บริษัทหรือวิสาหกิจในกลุ่มเดียวกัน หรือโดยสมาชิกของสมาคมกลุ่มบุคคล หรือองค์กรอื่นใดของรัฐหรือเอกชน เช่น ตราช้างของ บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด เป็นต้น

การกระทำที่ถือเป็นการละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้า ได้แก่ มีการใช้เครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของผู้อื่น การใช้เครื่องหมายการค้าที่อาจถือเป็น การละเมิดสิทธินั้น อาจอยู่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง คือ มีการจัดให้มีเครื่องหมายการค้าขึ้นเองหรือใช้กับสินค้า เช่น ผู้ละเมิดได้กระทำทำการว่าจ้างผู้อื่นทำเครื่องหมายการค้าแล้วนำมาใช้กับสินค้า หรือ มีการนำเข้าสินค้าที่มีเครื่องหมายการค้าของผู้อื่น ซึ่งได้จดทะเบียนไว้ในประเทศไทยแล้วนำเข้ามาจำหน่ายโดยมิได้รับความยินยอม แม้จะไม่ได้ทำเครื่องหมายการค้าขึ้นเองก็ตาม ก็ถือเป็นการใช้เครื่องหมายการค้าของผู้อื่นกับสินค้าของผู้อื่นด้วย ซึ่งการใช้เครื่องหมายการค้าของผู้อื่น ที่จะถือเป็นการละเมิดสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 44 นั้น จะต้องเป็นการใช้กับสินค้าประเภทเดียวกัน กับที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าขึ้นได้จดทะเบียนไว้ หรืออาจเป็นสินค้าต่างประเภทกับ ที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าได้จดทะเบียนไว้ถ้าหากว่า

การใช้ขึ้นนี้อาจทำให้เกิดความสับสนเข้าใจหลงผิดในแหล่งที่มาของสินค้า ซึ่งจัดเป็นการลวงขายตามมาตรา 46 วรรคสอง (เข้มชัย ชุตินวงศ์, 2531:174.)

บทกำหนดโทษกรณี ละเมิดเครื่องหมายการค้าของไทย มีปรากฏอยู่ในพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 44 “ภายใต้บังคับมาตรา 27 และมาตรา 68 เมื่อได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้ว ผู้ซึ่งได้จดทะเบียนเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้า เป็นผู้ที่มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในอันที่จะใช้เครื่องหมายการค้า นั้น สำหรับสินค้าที่ได้จดทะเบียนไว้ ” และบทกำหนดโทษเกี่ยวกับการปลอมการแปลงเครื่องหมายการค้า มาตรา 108 “บุคคลใดปลอมเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง หรือเครื่องหมายร่วมของบุคคลอื่น ที่ได้จดทะเบียนแล้ว ในราชอาณาจักรต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสี่ปี หรือปรับไม่เกินสี่แสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ” และบทลงโทษในการเลียนแบบเครื่องหมายการค้า มาตรา 109 “บุคคลใดเลียนเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง หรือเครื่องหมายร่วมของบุคคลอื่น ที่ได้จดทะเบียนแล้วในราชอาณาจักร เพื่อให้ประชาชนหลงเชื่อว่าเป็นเครื่องหมายการค้า เครื่องหมายบริการ เครื่องหมายรับรอง หรือ เครื่องหมายร่วมของบุคคลอื่นนั้น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสองปี หรือ ปรับไม่เกินสองแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ” ถ้านิติบุคคลกระทำความผิด ผู้ที่รับผิดชอบนิติบุคคลจะต้องร่วมรับผิดชอบ ด้วย ตาม มาตรา 114 “ในกรณีที่ผู้กระทำความผิดซึ่งต้องรับโทษตามพระราชบัญญัตินี้ เป็นนิติบุคคล กรรมการผู้จัดการ หรือผู้แทนของนิติบุคคลนั้น ต้องรับโทษตามที่บัญญัติไว้สำหรับความผิดนั้น ๆ ด้วย เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่า ตนมิได้รู้เห็นหรือยินยอมในการกระทำความผิดของนิติบุคคลนั้น ”

แต่เนื่องจาก พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มิได้มีบัญญัติไว้ว่า การกระทำอย่างใดบ้างที่เป็นการละเมิดเครื่องหมายการค้า ดังนั้น การพิจารณา ในส่วนที่เกี่ยวกับการละเมิดเครื่องหมายการค้า จึงจำเป็นต้องนำหลักเรื่องละเมิดทั่ว ๆ ไปในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 420 มาปรับใช้ และการใช้สิทธิเกินส่วนตามมาตรา 421 เป็นต้น ซึ่งส่งผลให้มีปัญหาในการตีความว่า การกระทำใดเป็นการละเมิดการใช้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป ซึ่งเจ้าของเครื่องหมายการค้า ที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปที่ได้จดทะเบียนไว้แล้วเท่านั้นที่จะมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้าตามประเภทและชนิดของสินค้าที่ได้จดทะเบียนไว้ ส่วนเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปที่ไม่ได้จดทะเบียนนั้นจะมีสิทธิฟ้องผู้กระทำความผิดได้เฉพาะ กรณีลวงขายเท่านั้น ดังนั้น ตามกฎหมายไทยจึงต้องพิจารณาถึงผู้มีอำนาจฟ้องคดีด้วยจะเห็นได้ว่า ต้องเป็นผู้มีอำนาจในการฟ้องคดีเรียกค่าสินไหมทดแทนเพื่อการละเมิดเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปเสียก่อน จึงจะมีสิทธิในการพิสูจน์ความเสียหายที่เกิดขึ้นกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป การที่เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปอาจใช้สิทธิตามมาตรา 61 (2) ในการเพิกถอนเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าของตนนั้น เป็นการเยียวยาความเสียหายของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปได้อย่างหนึ่ง ซึ่งกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาของไทยได้บัญญัติไว้ แต่การ

เยียวดังกล่าวนี้ มิใช่การเยียวความเสียหายที่แท้จริง เนื่องจากการให้หยุดกระทำการอันเป็นการละเมิดสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปเท่านั้น แต่มิได้มีมาตรการในการเยียวความเสียหายที่เกิดขึ้นมานานแล้วและจะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคตต่อเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปแต่อย่างใด แม้ว่าศาลไทยสามารถพิจารณาเยียวความเสียหายอันเกิดจากการละเมิดเครื่องหมายการค้า ที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปได้ โดยนำประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาใช้บังคับ แต่ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ได้บัญญัติเรื่องการละเมิดและการเยียวความเสียหายที่แท้จริงไว้โดยตรง จึงเกิดปัญหาในการเยียวความเสียหายที่เกิดจากการถูกละเมิดสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายโดยทั่วไป เกิดความไม่เป็นธรรมแก่ เจ้าของเครื่องหมายการค้า นั้น และทำให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าของไทยไม่ไ้ระดับมาตรฐานสากล จนอาจเกิดปัญหาทางการค้าและการลงทุนเกิดขึ้นได้

นอกจากนี้ ตามพระราชบัญญัติจัดตั้งศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ และวิธีพิจารณาคดีทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ พ.ศ. 2539 มาตรา 26 กำหนดให้นำบทบัญญัติแห่ง ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งหรือประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาหรือพระราชบัญญัติจัดตั้งศาลแขวงและวิธีพิจารณาความอาญาในศาลแขวงมาใช้บังคับโดยอนุโลม กรณีที่พระราชบัญญัติจัดตั้งศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศและวิธีพิจารณาคดีทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ พ.ศ. 2539 ไม่มีบทบัญญัติและข้อกำหนดเรื่องใดบัญญัติไว้ แต่มีปัญหาว่า กรณีใดจะนำบทบัญญัติใดมาใช้บังคับ ซึ่งเป็นปัญหาถึงประเด็นถึงหน้าที่ในการนำเสนอพิสูจน์ความมีชื่อเสียงควรมีเพียงใด มีข้อห้ามในการรับฟังพยานหลักฐานหรือไม่ และกรณีดังกล่าวต้องใช้ บทบัญญัติแห่งวิธีสบัญญัติใดมาปรับใช้ เนื่องจากคดีละเมิดในเครื่องหมายการค้าเป็นได้ทั้งคดีแพ่งและคดีอาญา โดยบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งและประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ซึ่งใช้บังคับแก่คดีแพ่งและคดีอาญานั้น มีผลใช้บังคับแตกต่างกันในบางเรื่อง และในกรณีดังกล่าวมิได้มีกฎหมายลูกบัญญัติรายละเอียดในการบังคับใช้กฎหมายดังกล่าวอย่างชัดเจน จากที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัย จึงสามารถแยกประเด็นปัญหาได้ดังนี้

(1) ปัญหาการพิสูจน์ความมีชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้า ตามพระราชบัญญัติจัดตั้งศาลทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศและวิธีพิจารณาคดีทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ พ.ศ. 2539 มาตรา 26 กำหนดให้นำ บทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความแพ่งหรือ ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาหรือพระราชบัญญัติจัดตั้งศาลแขวง และวิธีพิจารณาความอาญาในศาลแขวงมาใช้บังคับโดยอนุโลม ซึ่งมีปัญหาว่า กรณีใดจะนำบทบัญญัติใดมาใช้บังคับ ซึ่งเป็นปัญหาถึงประเด็นถึงหน้าที่ในการนำเสนอพิสูจน์ความมีชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้า ว่า ผู้ใดจะมีภาระในการพิสูจน์และพยานหลักฐานที่จะนำเสนอพิสูจน์ ความมีชื่อเสียงควรมีเพียงใด

(2) ปัญหาความรับผิดจากการละเมิดการใช้เครื่องหมายการค้า ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มิได้บัญญัติไว้ โดยตรงว่า การกระทำใดบ้างที่เป็นการละเมิดการ

พิจารณาในส่วนที่เกี่ยวกับการละเมิดเครื่องหมายการค้า ซึ่งส่งก่อให้เกิดปัญหาการตีความว่า การกระทำใดเป็นการละเมิดการใช้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป

(3) ปัญหาการพิสูจน์ความเสียหายที่เกิดขึ้นกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป ผู้มีอำนาจฟ้องคดีต้องเป็นผู้มีอำนาจในการฟ้องคดีเรียกค่าสินไหมทดแทนเพื่อการละเมิด เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปเสียก่อน จึงจะมีสิทธิในการพิสูจน์ความเสียหายที่เกิดขึ้นกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป

(4) ปัญหาเกี่ยวกับการเยียวยาความเสียหาย ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มิได้บัญญัติถึง เรื่องการละเมิดและการเยียวยาความเสียหายที่แท้จริงไว้โดยตรง จึงเกิดปัญหาในการเยียวยาความเสียหายที่เกิดจากการถูกละเมิดสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้า ที่มีชื่อเสียงแพร่หลาย โดยทั่วไปก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมแก่ เจ้าของเครื่องหมายการค้า นั้น และทำให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าของไทยไม่ได้ระดับมาตรฐานสากล

(5) ปัญหาการป้องกันและปราบผู้กระทำความผิดละเมิดเครื่องหมายการค้า มีการปฏิบัติงานที่ซับซ้อนและเป็นการปฏิบัติโดยยึดกรอบของกฎหมายเป็นสำคัญ เพื่อกันความผิดพลาดที่จะถูกฟ้องร้องในการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ ซึ่งอาจนำผลเสียหายมาสู่ หน่วยงานได้ ในการดำเนินงานต้องอาศัยบุคลากรตำรวจที่มีความรู้ความสามารถ มีผู้นำที่เข้มแข็ง มีการทำงานที่ตอบสนองความต้องการของประชาชน แต่ในขณะเดียวกันอาจมีข้าราชการตำรวจอีกบางส่วนยังขาดความรู้ความสามารถขาด การฝึกอบรมพัฒนาความรู้ขาดภาวะผู้นำขาดคุณธรรมจริยธรรม

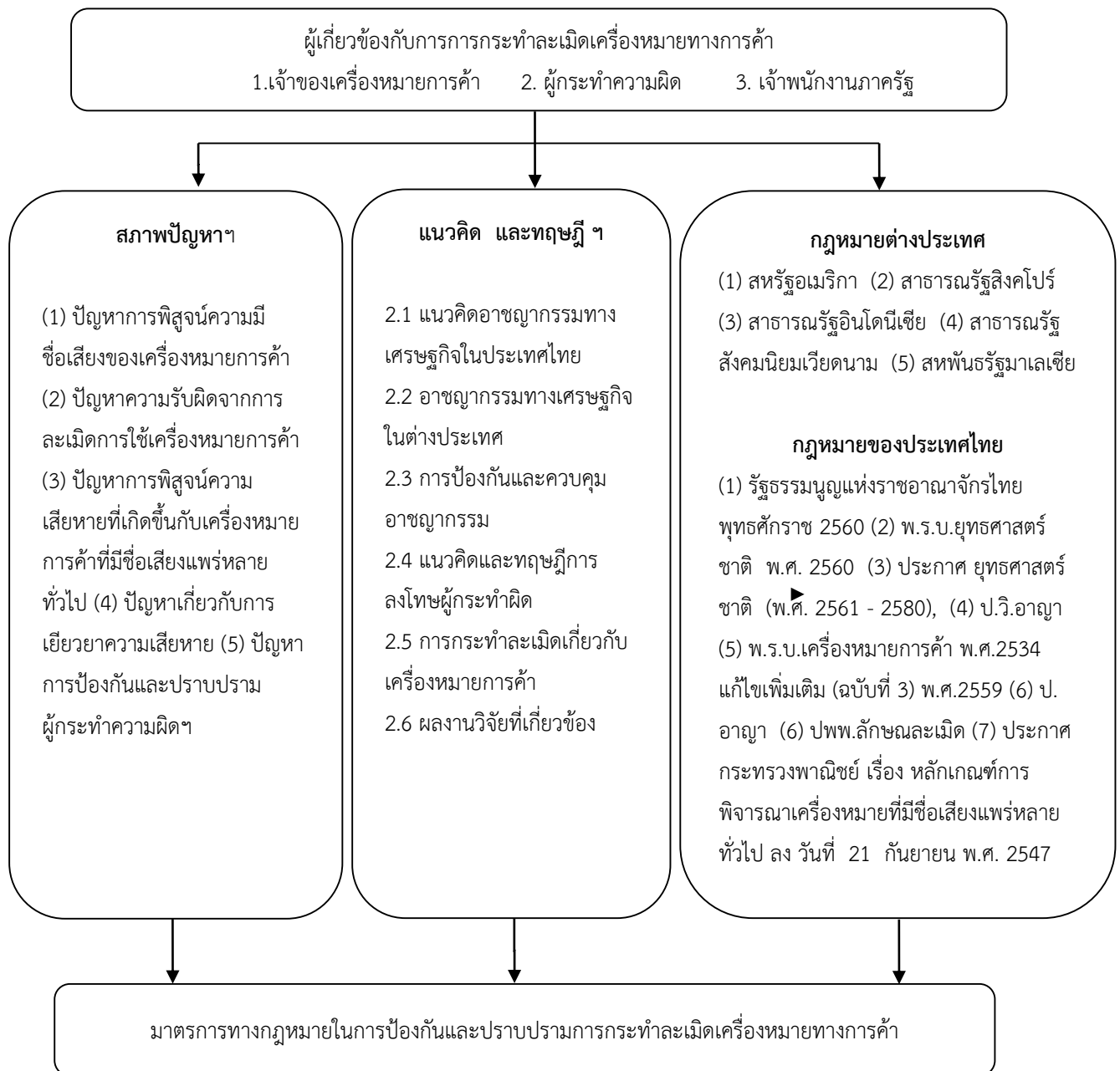
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิด ทฤษฎี มาตรการทางกฎหมายในการป้องกันและปราบปรามการกระทำละเมิดเครื่องหมายทางการค้า
2. เพื่อศึกษา มาตรการทางกฎหมายในการป้องกันและปราบปรามการกระทำละเมิดเครื่องหมายทางการค้า ทั้งของต่างประเทศและของประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์เสนอแนะแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายเกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการปลอมแปลงเครื่องหมายทางการค้า

ขอบเขตการวิจัย

ศึกษาเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายในการป้องกันและปราบปรามการกระทำละเมิดเครื่องหมายทางการค้า ประกอบด้วยรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 และประมวลกฎหมายอาญา ประมวลกฎหมายแพ่ง และพาณิชย์ลักษณะละเมิด กฎ ประกาศ คำสั่ง คำพิพากษาศาลฎีกา ที่เกี่ยวข้องกับการกระทำละเมิดเครื่องหมายทางการค้าทั้งของต่างประเทศและของประเทศไทย

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการศึกษาวิจัยจากเอกสาร (Documentary Research) ด้วยการค้นคว้า วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแนวคิด ทฤษฎี ข้อมูลทางอิเล็กทรอนิกส์ บทความในวารสาร ตำราต่างๆทั้งของต่างประเทศ และ ของไทย และการหาข้อมูลภาคสนามโดยการออกแบบสัมภาษณ์บุคลากรผู้ทรงคุณวุฒิ

ผลการวิจัย

(1) ปัญหาการพิสูจน์ความมีชื่อเสียงของเครื่องหมายการค้า

ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 8 “เครื่องหมายการค้าที่มีหรือประกอบด้วยลักษณะอย่างใดอย่างหนึ่งดังต่อไปนี้ห้ามมิให้รับจดทะเบียน...(10) เครื่องหมายที่เหมือนกับเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปตามหลักเกณฑ์ที่รัฐมนตรีประกาศกำหนด หรือคล้ายกับเครื่องหมายดังกล่าวจนอาจทำให้สาธารณชนสับสนหลงผิดในความเป็นเจ้าของหรือแหล่งกำเนิดของสินค้าไม่ว่าจะได้จดทะเบียนไว้แล้วหรือไม่ก็ตาม” แต่ก็ได้ให้คำจำกัดความหรือหลักเกณฑ์ในการพิจารณาเครื่องหมายการค้าดังกล่าวไว้แต่อย่างใด ดังนั้น การพิจารณาถึงความมีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปของเครื่องหมายการค้าสำหรับประเทศไทย จึงเป็นดุลพินิจของนายทะเบียนเครื่องหมายการค้า คณะกรรมการเครื่องหมายการค้าและศาล ซึ่งเมื่อไม่มี หลักเกณฑ์ที่แน่ชัดก็อาจเกิดปัญหาตามมา เพราะการใช้ดุลพินิจนั้นอาจมีความแตกต่างกันได้ จึงควรกำหนดบทบัญญัติให้ชัดเจนใน พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 8 (10) ว่าการพิจารณาถึงความมีชื่อเสียง แพร่หลายของเครื่องหมายการค้า นั้นมีหลักเกณฑ์ในการพิสูจน์ เช่นใด เพื่อป้องกันปัญหาในการใช้ดุลพินิจของเจ้าพนักงานไม่ว่าจะเป็นปัญหาในการตีความเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลาย ทั่วไปหรือปัญหาการใช้ดุลพินิจโดยมิชอบหรือโดยทุจริตของพนักงานเจ้าหน้าที่

(2) ปัญหาความรับผิดจากการละเมิดเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป

การกระทำใดบ้างที่เป็นการละเมิดการพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวกับการละเมิดเครื่องหมายการค้า ซึ่งส่งก่อให้เกิดปัญหาการตีความว่า การกระทำใดเป็นการละเมิดการใช้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป ซึ่งตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 47 เป็นการใช้เครื่องหมายการค้าโดยสุจริต โดยการให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปนั้น จะไม่คุ้มครองย้อนไปถึงวันที่เริ่มจดทะเบียนหรือมีการใช้เครื่องหมายดังกล่าว กล่าวคือ การให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป ตามมาตรา 8 (10) นั้น เป็นการห้ามบุคคลอื่นใดนำเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปมายื่นคำขอจดทะเบียนโดยเจตนาลอกเลียนเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง แพร่หลายทั่วไปเพื่อประโยชน์ทางการค้าของตนเองโดยมิชอบ

มาตรา 44 กำหนดว่า เมื่อได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้ว ผู้ซึ่งได้จดทะเบียนเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในอันที่จะใช้เครื่องหมายการค้า นั้นสำหรับสินค้าที่ได้จดทะเบียนไว้ จึงเห็นได้ว่า บทบัญญัติมาตรานี้ ผู้ที่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้าและเป็นการรับรองสิทธิของผู้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า หรือเป็นสิทธิเด็ดขาดของผู้จดทะเบียน บุคคลอื่นจะนำเครื่องหมายการค้าที่เจ้าของไปจดทะเบียนแล้วไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต ไม่ได้หากบุคคลอื่นนำไปใช้ย่อมเป็นการล่วงละเมิดต่อเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้วนั้น

(3) ปัญหาการพิสูจน์ความเสียหายที่เกิดขึ้นกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป

ผู้มีอำนาจฟ้องคดีต้องเป็นผู้มีอำนาจในการฟ้องคดีเรียกค่าสินไหมทดแทนเพื่อการละเมิดเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปเสียก่อน จึงจะมีสิทธิในการพิสูจน์ความเสียหายที่เกิดขึ้นกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 46 วรรคแรก ซึ่งบัญญัติว่า “บุคคลใดจะฟ้องคดีเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียน หรือ เรียกค่าสินไหมทดแทน เพื่อการละเมิดสิทธิดังกล่าวไม่ได้” กล่าวคือ บุคคลที่ไม่ได้จดทะเบียน เครื่องหมายการค้าไม่มีสิทธิที่จะฟ้องคดีป้องกันการละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้าและไม่มีสิทธิ ที่จะฟ้องเรียกค่าสินไหมทดแทนเพื่อการละเมิดสิทธินั้นด้วย ซึ่งตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 46 วรรคแรก มิได้ บัญญัติเรื่อง การละเมิดและการเยียวยาความเสียหายที่แท้จริงไว้โดยตรงจึงต้องนำประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 438 มาใช้บังคับ ซึ่งมาตราดังกล่าวกำหนดว่า ศาลจะมีอำนาจกำหนดค่า สินไหมทดแทนว่าจะพึงใช้โดยสถานใดเพียงใดนั้น ให้ศาลวินิจฉัยตามควรแก่พฤติการณ์และความร้ายแรงแห่งละเมิด

(4) ปัญหาเกี่ยวกับการกระทำละเมิดและการเยียวยาความเสียหาย

ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มิได้บัญญัติถึง เรื่องการละเมิดและการเยียวยาความเสียหายที่แท้จริงไว้โดยตรง จึงเกิดปัญหาในการเยียวยาความเสียหายที่เกิดจากการถูกละเมิดสิทธิในการใช้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายโดยทั่วไปก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมแก่เจ้าของเครื่องหมายการค้า นั้น ซึ่งตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2559 ไม่ได้กำหนดไว้ จึงเป็นหน้าที่ของศาลที่จะต้องพิจารณาวินิจฉัยต่อไป ในทางปฏิบัติศาลยังนำหลักกฎหมายว่าด้วยละเมิดตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ มาตรา 420 ซึ่งบัญญัติไว้ว่า ผู้ใดจงใจหรือประมาทเลินเล่อ ทำต่อบุคคลอื่นโดยผิดกฎหมายให้เขาเสียหายถึงแก่ชีวิตก็ดี แก่ร่างกายก็ดี อนามัยก็ดี เสรีภาพก็ดี ทรัพย์สินหรือสิทธิอย่างหนึ่งอย่างใดก็ดี ท่านว่าผู้นั้นทำละเมิดจำต้องใช้ค่าสินไหมทดแทนเพื่อการนั้น มาปรับใช้ จึงเห็นว่ายังไม่เพียงพอต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน

(5) ปัญหาการป้องกันและปรามผู้กระทำความผิดเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า

การกระทำความผิดเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า เป็นอาชญากรรมทาง เศรษฐกิจ ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบ คือ กองบังคับการสืบสวนสอบสวนคดีเศรษฐกิจของกรมตำรวจ และกองคดีเศรษฐกิจและทรัพยากรของสำนักงานอัยการสูงสุด การปฏิบัติการด้านการสืบสวนของกองบังคับการสืบสวนสอบสวนคดีเศรษฐกิจได้ดำเนินการให้เป็นไปอย่างเหมาะสมชอบธรรม อำนวยความยุติธรรมให้กับประชาชน แต่ปัญหาของกองบังคับการสืบสวนสอบสวนคดีอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา ขาดแหล่งข้อมูลที่มีการจัดเก็บอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อใช้ประโยชน์ในการค้นคว้าและอ้างอิง ในการดำเนินงานขององค์กรตำรวจและอัยการแล้ว องค์กรที่มีความสำคัญยิ่งในการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานกระบวนการยุติธรรม

ปัจจุบัน คือ ศาล แต่ศาลยังไม่มีการสร้างหน่วยงานโดยตรงมารับคดีอาชญากรรมทางเศรษฐกิจ นอกจากศาลทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งก็มีภาระหน้าที่เฉพาะความผิดเท่านั้น

อภิปรายผล

(1) การพิสูจน์ความมีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปของเครื่องหมายการค้า

บทบัญญัติของกฎหมายเครื่องหมายการค้าควรบัญญัติให้ชัดเจนใน พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 8 (10) ว่าการพิจารณาถึงความมีชื่อเสียง แพร่หลายของเครื่องหมายการค้า นั้นมีหลักเกณฑ์ในการพิสูจน์ เช่นใด เพื่อป้องกันปัญหาในการใช้ดุลพินิจของเจ้าพนักงานไม่ว่าจะเป็นปัญหาในการตีความเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลาย ทั่วไปหรือปัญหาการใช้ดุลพินิจโดยมิชอบหรือโดยทุจริตของพนักงานเจ้าหน้าที่ ซึ่งการพิจารณาว่าเครื่องหมายใดจะเป็น เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปหรือไม่นั้น จะต้องประกอบด้วยหลักเกณฑ์ 2 ประการ ดังนี้ 1) สินค้าหรือบริการที่ใช้เครื่องหมายนั้นจะต้องมีการจำหน่ายหรือมีการใช้หรือมีการโฆษณา หรือได้มีการใช้เครื่องหมายโดยวิธีใด ๆ 2) เครื่องหมายนั้นจะต้องมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้บริโภค การพิจารณาว่าเครื่องหมายใดเป็นเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป จึงต้องอาศัยหลักเกณฑ์ตามประกาศกระทรวงพาณิชย์ เรื่อง หลักเกณฑ์การพิจารณาเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปแทนการอาศัยการตีความตามกฎหมายระหว่างประเทศซึ่งเมื่อพิจารณา หลักเกณฑ์ดังกล่าว ประกอบกับระเบียบกรมทรัพย์สินทางปัญญาว่าด้วยการแจ้งเครื่องหมายที่มี ชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป พ.ศ. 2548 จึงสามารถกำหนดแนวทางการพิจารณาลักษณะของเครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปตามกฎหมายไทยได้

(2) ความรับผิดจากการละเมิดในการใช้เครื่องหมายการค้า

การให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 8 (10) นั้น เป็นการห้ามบุคคลอื่นได้นำเครื่องหมายการค้าที่เหมือนหรือคล้ายกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปมายื่นคำขอจดทะเบียนโดยเจตนาลอกเลียนเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง แพร่หลายทั่วไปเพื่อประโยชน์ทางการค้าของตนเองโดยมิชอบ อันนำไปสู่การสร้างสับสน หลงผิดให้แก่สาธารณชนในความเป็นเจ้าของหรือแหล่งกำเนิดของสินค้าซึ่งไม่อาจแปลความรวม ไปถึงเจ้าของเครื่องหมายการค้าเดิมที่ใช้เครื่องหมายการค้าดังกล่าวกับสินค้าของตนโดยสุจริต ควบคู่มากับเครื่องหมายการค้าที่ต่อมาภายหลังกลับกลายเป็นเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียง แพร่หลายทั่วไป เพราะมิฉะนั้นแล้วเท่ากับว่าเป็นการจำกัดสิทธิของเจ้าของเครื่องหมายการค้าเดิมที่ใช้โดยสุจริตให้ไม่ได้รับความคุ้มครองภายใต้กฎหมายโดยเท่าเทียมกัน ย่อมเป็นการไม่ชอบธรรม กับเจ้าของเครื่องหมายการค้าเดิม เมื่อพิจารณาประกอบกับมาตรา 44 ซึ่งกำหนดว่า เมื่อได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าแล้ว ผู้ซึ่งได้จดทะเบียนเป็น เจ้าของเครื่องหมายการค้าเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในอันที่จะใช้เครื่องหมายการค้าสำหรับสินค้าที่ได้จดทะเบียนไว้

จึงเห็นได้ว่า บทบัญญัติมาตรานี้ ผู้ที่จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้าและเป็นการรับรองสิทธิของผู้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า อันมีผลให้ผู้จดทะเบียนมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในอันที่จะใช้เครื่องหมายการค้าที่ให้จดทะเบียน หรือเป็นสิทธิเด็ดขาดของผู้จดทะเบียน บุคคลอื่นจะนำเครื่องหมายการค้าที่เจ้าของไปจดทะเบียนแล้ว ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต ไม่ได้หากบุคคลอื่นนำไปใช้ย่อมเป็นการล่วงละเมิดต่อเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนแล้วนั้น

การพิสูจน์ความเสียหายที่เกิดขึ้นกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป ตามมาตรา 44 แห่งพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ไม่สามารถนำมาปรับใช้กับกรณีการล่วงละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนได้ เนื่องจากมาตรา 44 เป็นสิทธิแต่เพียงผู้เดียวของเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนไว้แล้วเท่านั้น ดังนั้น เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนจึงฟ้องคดีเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้าหรือเรียกค่าสินไหมทดแทนเพื่อการละเมิดสิทธิดังกล่าว ไม่ได้ตามมาตรา 46 วรรคแรก เว้นแต่กรณีเป็นการล่วงละเมิดตามมาตรา 46 วรรคสองโดยการล่วงละเมิด หมายถึง การที่บุคคลหนึ่งเอาสินค้าของตนไปลงขายว่าเป็นสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้า นั้น จึงเห็นได้ว่า เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปที่จะได้รับความคุ้มครองตามมาตรา 44 วรรคแรก คือ เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปที่ได้จดทะเบียนไว้แล้วเท่านั้นที่จะมีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้าตามประเภทและชนิดของสินค้าที่ได้จดทะเบียนไว้แล้ว ส่วนเจ้าของเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปที่ไม่ได้จดทะเบียนนั้นจะมีสิทธิฟ้อง ผู้กระทำความผิดได้เฉพาะกรณีลงขายเท่านั้น ดังนั้น ตามกฎหมายไทยจึงต้องพิจารณาถึงผู้มีอำนาจฟ้องคดีด้วย จะเห็นได้ว่าต้องเป็นผู้มีอำนาจในการฟ้องคดีเรียกค่าสินไหมทดแทนเพื่อการละเมิด เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปเสียก่อน จึงจะมีสิทธิในการพิสูจน์ความเสียหายที่เกิดขึ้นกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป

(3) การพิสูจน์ความเสียหายที่เกิดขึ้นกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป

ตามพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 46 วรรคแรก “บุคคลใดจะฟ้องคดีเพื่อป้องกันการละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียน หรือ เรียกค่าสินไหมทดแทน เพื่อการละเมิดสิทธิดังกล่าวไม่ได้” หมายความว่า บุคคลที่ไม่ได้จดทะเบียน เครื่องหมายการค้าไม่มีสิทธิที่จะฟ้องคดีป้องกันการละเมิดสิทธิในเครื่องหมายการค้าและไม่มีสิทธิ ที่จะฟ้องเรียกค่าสินไหมทดแทนเพื่อการละเมิดสิทธินั้นด้วย หรือ เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนไว้จะมีสิทธิฟ้องเพื่อป้องกันหรือฟ้องเพื่อห้ามไม่ให้ผู้อื่นนำเครื่องหมายการค้านั้นไปใช้ และยังมีสิทธิฟ้องเรียกค่าเสียหายจากผู้ที่ได้นำเครื่องหมายการค้าไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต ดังนั้น บุคคลที่จะถือว่าเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าและมีสิทธิเด็ดขาดแต่เพียงผู้เดียว คือ บุคคลที่ได้จดทะเบียนเป็นเจ้าของเครื่องหมายการค้าไว้แล้วเท่านั้น ส่วนบุคคลที่มีได้จดทะเบียนเครื่องหมายการค้าไว้ ไม่ถือว่าเป็นเจ้าของ และไม่อาจฟ้องเพื่อรักษาสิทธิหรือห้ามผู้อื่นใช้ หรือเรียกค่าเสียหายในกรณีที่เครื่องหมายการค้าที่ยังไม่จดทะเบียนของตนถูกกระทำความผิดได้

อย่างไรก็ดี ตามที่ได้กล่าวมาแล้วว่า แม้เจ้าของเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนจะไม่มีสิทธิดังกล่าวข้างต้น แต่ก็อาจมีสิทธินำคดีขึ้นสู่ศาลได้หากเป็นกรณีการลงขายตามมาตรา 46 วรรคสอง ดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น จะเห็นได้ว่า เป็นการบัญญัติถึงสิทธิและการได้ความคุ้มครองการไว้เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปแตกต่างกันระหว่าง เครื่องหมายการค้าที่ได้จดทะเบียนไว้และมีได้จดทะเบียน

กรณีพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 8 (10) ให้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปทั้งที่จดทะเบียนแล้วและมีได้จดทะเบียนกล่าว คือ หากเครื่องหมายที่จดทะเบียนหรือได้ยื่นขอจดทะเบียนเหมือนกับเครื่องหมาย การค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป ไม่ว่าจะใช้สำหรับสินค้าจำพวกชนิดใด นายทะเบียนจะต้อง ปฏิเสธการจดทะเบียนหรือเพิกถอนเครื่องหมายนั้น แต่หากเครื่องหมายที่จดทะเบียนหรือยื่นขอจดทะเบียนคล้ายกับเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไป เครื่องหมายดังกล่าวจะต้องคล้าย จนอาจทำให้สาธารณชนสับสนหลงผิดในความเป็นเจ้าของหรือแหล่งกำเนิดของสินค้า ตามแนวทางการตีความของศาลเกี่ยวกับมาตรา 13 ของพระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 ดังนั้น ขอบเขตของการได้ความคุ้มครองเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปจึง มีอยู่เฉพาะสินค้าที่เหมือนหรือคล้ายเท่านั้น ทั้งนี้ หากเครื่องหมายที่เหมือนหรือคล้ายกับ เครื่องหมายที่มีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปได้ไว้เครื่องหมายนั้นมาแล้วโดยสุจริตหรือมีพฤติการณ์ พิเศษ นายทะเบียนจะรับจดทะเบียนเครื่องหมายนั้นโดยมีเงื่อนไขและข้อจำกัดเกี่ยวกับการไว้ก็ได้ ตามที่เห็นสมควร ดังที่บัญญัติในมาตรา 27 ก็ได้

(4) การละเมิดและการเยียวยาความเสียหาย

พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2559 มาตรา 44 ได้ให้สิทธิเจ้าของเครื่องหมายการค้าจดทะเบียนแต่เพียงผู้เดียวในการใช้เครื่องหมายการค้าจดทะเบียนสำหรับสินค้าที่ตนได้จดทะเบียนไว้แต่เมื่อพิจารณาถึงลักษณะละเมิดภายใต้กฎหมายเครื่องหมายการค้าไทย กลับพบว่าไม่มีข้อกำหนดมาตราใดให้บทนิยามของคำว่าละเมิดเครื่องหมายการค้าไว้อย่างไรก็ดี ด้วยวัตถุประสงค์ของกฎหมายเครื่องหมายการค้า ประกอบกับแนวคำพิพากษาฎีกาจึงพอเข้าใจถึงลักษณะของการกระทำที่เป็นการละเมิดสิทธิต่อเจ้าของเครื่องหมายการค้าได้ว่าเป็นการใช้เครื่องหมายการค้าจดทะเบียนของผู้อื่นโดยมิได้รับอนุญาตจากเจ้าของเครื่องหมายการค้าจดทะเบียน พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2559 ไม่ได้กำหนดไว้จึงเป็นหน้าที่ของศาลที่จะต้องพิจารณาวินิจฉัยต่อไป อย่างไรก็ตาม การนำเครื่องหมายการค้าไปติดกับสินค้า หีบห่อ หรือบรรจุภัณฑ์นั้น นับเป็นการใช้เครื่องหมายการค้าที่ชี้ให้เห็นได้อย่างชัดเจน รวมถึงการนำป้ายภาพเครื่องหมายทางการค้าไปวาง ที่บริเวณแผงขายสินค้าหรือกองสินค้าก็น่าจะถือเป็นการใช้เครื่องหมายการค้าได้

(5) การป้องกันและปรามผู้กระทำความผิดเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า

ในการสอบสวนผู้กระทำความผิดเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า ให้ข้าราชการตำรวจที่สอบสวนทำบันทึกไว้ในลักษณะเป็น บันทึกช่วยความจำของตนเองและให้การสืบสวนเรื่องนั้น ๆ มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นให้ผลสำเร็จสมบูรณ์ ข้าราชการผู้นั้นควรรายงานให้ผู้บังคับบัญชาเหนือตน

ขึ้นไปจนถึงผู้บังคับบัญชาระดับสารวัตรทราบ การแจ้งการรายงานงานควรแจ้งรายงานด้วยวาจาหรือบันทึกรายงานเพื่อให้ทราบข้อมูลรายละเอียดตามสมควรก่อนได้ เป็นหน้าที่ของสารวัตรแผนกนั้นของผู้บังคับการ ผู้บังคับการในสายบังคับบัญชา ที่จะพิจารณาสั่งการวางแผน มอบหมายหรือเข้าร่วมทำการสอบสวนและหรือรายงานขอคำแนะนำสั่งการจากผู้บังคับบัญชาตามลำดับชั้นด้วย การสืบสวนที่ริเริ่มโดยการสั่งการมอบหมายของผู้บังคับบัญชาให้เป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของ สารวัตรแผนกผู้รับสั่ง สั่งการ วางแผน มอบหมายให้รองสารวัตรไปทำการสืบสวน หรือดำเนินการในส่วนต่าง ๆ ของแต่ละลักษณะงาน หรือการสืบสวนด้วยตนเองแล้วแต่กรณี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

แก้ไขเพิ่มเติม พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 46 วรรคสาม

กรณีความเสียหายจากการลงขายต้องพิสูจน์ให้ได้ว่า 1) การใช้สิทธิฟ้องฐานลงขายเจ้าของเครื่องหมายการค้า มีภาระหน้าที่จะต้องนำสืบพิสูจน์ข้อเท็จจริงถึงสิทธิในเครื่องหมายการค้า ชื่อเสียง ความนิยมทางการค้า กล่าวคือ เครื่องหมายจะต้องมีชื่อเสียงในระดับหนึ่ง แต่ไม่ต้องถึงขนาดมีชื่อเสียงแพร่หลายทั่วไปตาม มาตรา 8 (10) 2) เจ้าของเครื่องหมาย ต้องตั้งประเด็นในการฟ้องให้ศาลเห็นว่า มีการกระทำที่เป็นการลงขายสินค้าของตนว่าเป็นสินค้าของผู้อื่น ซึ่งไม่ใช่แค่ลงในวัตถุ แต่เป็นการลงในความเป็นเจ้าของ ซึ่งเป็นการใช้สิทธิโดยไม่สุจริต ดังนั้น การให้ความคุ้มครอง จึงไม่จำกัดอยู่เฉพาะสินค้า ชนิดเดียวกันหรือประเภทเดียวกันเท่านั้น แต่รวมถึงสินค้าประเภทอื่นด้วย 3) สาธารณชนสับสนหลงผิดว่าสินค้าของจำเลยเป็นสินค้าของโจทก์อันเนื่องมาจากการกระทำอันเป็นการลงขาย ดังนั้น หากจำเลยระบุอย่างชัดเจนว่าสินค้าเป็นของจำเลยก็ไม่อาจถือว่าจำเลยลงขาย 4) เจ้าของเครื่องหมายจะต้องนำสืบว่าได้มีการจำหน่ายหรือมีการใช้ หรือมีการโฆษณา หรือได้มีการใช้เครื่องหมายโดยวิธีใด ๆ ในประเทศไทย

กรณีความเสียหายจากการโฆษณาอันเป็นเท็จต้องพิสูจน์ให้ได้ว่า 1) องค์ธุรกิจได้แสดงข้อความอันเป็นเท็จหรือหลอกลวงเกี่ยวกับสินค้าของตน หรือของบุคคลอื่น 2) มีการหลอกลวงที่แท้จริงหรืออย่างน้อยมีแนวโน้มที่จะหลอกลวง ส่วนใหญ่ของกลุ่มผู้ฟังที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย 3) การหลอกลวงนั้นเป็นสาระสำคัญที่อาจมีผลกระทบต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้า 4) สินค้าที่โฆษณาเป็นสินค้าที่อยู่ภายใต้การค้าในประเทศไทย 5) ความเป็นไปได้ที่จะเกิดความเสียหายต่ออีกบริษัทหนึ่งในยอดขาย ที่ลดลงหรือสูญเสียค่านิยม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

แก้ไขเพิ่มเติม พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 มาตรา 8 (10)

ให้มีความคุ้มครอง เครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายโดยทั่วไปเหมือนกันทุกเครื่องหมายการค้าโดยไม่ต้อง พิจารณาว่าเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลายเหล่านั้นจะได้จดทะเบียนไว้

แล้วหรือไม่ โดย กำหนดให้การกระทำอันเป็นการละเมิดเครื่องหมายการค้าที่มีชื่อเสียงแพร่หลาย
ทั่วไป คือ (1) การ กระทำอันเป็นการลงขาย หรือ (2) การโฆษณาอันเป็นเท็จ และได้เสนอให้มีการ
แก้ไขกฎหมาย โดยนำ มาตรา 438 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาบัญญัติใน
พระราชบัญญัติเครื่องหมาย การค้า พ.ศ. 2534 ในประเด็นก่อน ทั้งนี้ ควรกำหนดให้ผู้กระทำละเมิด
ขอคุ้มครองชั่วคราวได้ด้วย เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหายแก่จำเลยในกรณีที่โจทก์ซึ่งเป็นเจ้าของ
เครื่องหมายการค้ากลั่นแกล้ง หรือฟ้องคดีโดยมิชอบ

บรรณานุกรม

- ก้องเกียรติ อภัยวงศ์. (2546). **องค์กรอาชญากรรมข้ามชาติ : ผลกระทบที่เกิดจากองค์กร
อาชญากรรมข้ามชาติ ในประเทศไทย**. วิทยาลัยการยุติธรรม สำนักงานศาลยุติธรรม.
- เข็มชัย ชูติวงศ์. (2531). “อาชญากรรมทางเศรษฐกิจ : อุปสรรคและข้อเสนอเกี่ยวกับประสิทธิภาพ
ของการบังคับใช้กฎหมาย” ใน เอกสารสรุปการวิจัยและข้อมูลนโยบายสาธารณะ ชุดที่ 3.
กรุงเทพมหานคร : สมาคมสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.
- คณะกรรมการวิชาการคณะนิติศาสตร์. (2530). **อาชญากรรมทางเศรษฐกิจ : อุปสรรคและข้อเสนอ
เกี่ยวกับประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมาย**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- คณิน บุญสุวรรณ. (2529). “อาชญากรรมทางเศรษฐกิจ” **การสัมมนาทางวิชาการเรื่อง
อาชญากรรมทางเศรษฐกิจ**. กรุงเทพมหานคร : คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เฉลิมวุฒิ สารกิจ. (2558, 23 กันยายน). **วัตถุประสงค์ในการลงโทษอาญา**. อาจารย์คณะนิติศาสตร์
มหาวิทยาลัยพะเยา
- พระราชบัญญัติเครื่องหมายการค้า พ.ศ. 2534 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2543.

กฎหมายกับปัญหาการจัดการแรงงานข้ามชาติสัญชาติเมียนมา

ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก

Laws of Problem Management of Myanmar Nationality Migrant Labour
in Mae Sot District, Tak Provinceภูวดล คำสนธิ¹ พีรพล สิมมา²

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง กฎหมายกับปัญหาการจัดการแรงงานข้ามชาติสัญชาติเมียนมา ในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.)ศึกษาสาเหตุหรือความจำเป็นในการใช้แรงงานสัญชาติเมียนมาของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก 2.)ศึกษากระบวนการเคลื่อนย้ายแรงงานสัญชาติเมียนมาเพื่อเข้ามาทำงานในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก 3.)ศึกษาสภาพการจ้างงานและสิทธิแรงงานที่แรงงานสัญชาติเมียนมาในอำเภอแม่สอด จังหวัดตากได้รับ 4.)ศึกษาถึงรูปแบบและวิธีการจัดการแรงงานต่างด้าวที่เหมาะสมสำหรับในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ซึ่งใช้วิธีการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) โดยวิธีการศึกษาเชิงปริมาณและใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ แรงงานสัญชาติเมียนมาจำนวน 391 ท่าน นายจ้างหรือเจ้าของสถานประกอบการจำนวน 10 ท่านและเจ้าหน้าที่รัฐจำนวน 5 ท่าน

ผลการศึกษาพบว่า 1.)สาเหตุหรือความจำเป็นในการใช้แรงงานสัญชาติเมียนมาของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เกิดจากการขาดแคลนแรงงานในพื้นที่ โดยเฉพาะแรงงานไร้ฝีมือที่แรงงานไทยไม่ทำเนื่องจากเป็นงานที่สกปรก ยากและมีความเสี่ยง ประกอบกับแรงงานเมียนมามีความขยัน อดทน ไม่เกี่ยงงานและมีความรับชอบในงานมากกว่าแรงงานไทย 2.)กระบวนการเคลื่อนย้ายแรงงานสัญชาติเมียนมาเพื่อเข้ามาทำงานในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก แรงงานเมียนมาส่วนใหญ่ตัดสินใจร่วมกันระหว่างคนในครอบครัวและตัวแรงงานเอง โดยเดินทางมาทำงานคนเดียว โดยมีนายหน้าจัดหางานนำพาเข้ามาหรือเดินทางเข้ามาเอง ด้วยวิธีการผ่านด่านชั่วคราวหรือด่านถาวรโดยใช้ใบผ่านด่านชั่วคราวและลักลอบอยู่ต่อเพื่อทำงาน สาเหตุที่ตัดสินใจออกมาทำงานเกิดจากสาเหตุด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม 3.)แรงงานสัญชาติเมียนมาในอำเภอแม่สอด จังหวัดตากได้รับการปฏิบัติตามสภาพการจ้างงานที่กฎหมายกำหนดไว้ในบางครั้งหรือไม่สม่ำเสมอเท่าที่ควรและได้รับการปฏิบัติตามสิทธิแรงงานข้ามชาติไม่สม่ำเสมอหรือบางครั้งเท่าที่ควร

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์และรัฐศาสตร์ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะนิเทศศาสตร์และรัฐศาสตร์ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น

4.)รูปแบบและวิธีการจัดการแรงงานต่างด้าวสำหรับในอำเภอแม่สอด จังหวัดตากที่เหมาะสม ควรมีการนำเข้าแรงงานแบบไปเช้า-เย็นกลับ และนำเข้าตามฤดูกาล การอนุญาตให้นายจ้างนำพาลูกจ้างมาขึ้นทะเบียนเป็นแรงงานที่ถูกกฎหมาย ควรกำหนดหลักเกณฑ์ให้มีการจำกัดพื้นที่ในการทำงานและระยะเวลาที่แรงงานสามารถเคลื่อนย้ายไปทำงานที่อื่นหรือเปลี่ยนงานใหม่ในพื้นที่ต่างๆ ได้ และการอนุญาตให้แรงงานทำงานในภาคอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นได้

คำสำคัญ : กฎหมาย , แรงงานข้ามชาติ

Abstract

The purposes of the study Management of Myanmar Nationality Migrant Labour in Mae Sot District, Tak Province were as followed 1.) to study the reasons and necessity of using Myanmar nationality labour by entrepreneurs in Mae Sot District, Tak Province. 2.) To study the procedure Burmese Nationality Labour moved into work in Mae Sot District, Tak Province. 3.) To study the employment conditions and benefits that Burmese Nationality Labour in Mae Sot District get from the employers. 4.) To study the pattern and the method that suitable for Burmese Nationality Labour in Mae Sot District, which use Mixed Methods Research by using both quantitative and qualitative methods. The sample groups were 391 of Burmese Nationality Labours, 10 employers or the owners of the shop and 5 staff from the Government Agency.

The study found that 1.) The reasons or necessity the shop owners in Mae Sot District use Burmese Nationality Labour were the lack of the labour in the area, especially for unskilled jobs which Thai labour would not do. Combined with that Burmese Nationality Labour were diligent, patient, never haggle and highly responsible than Thai Labour. 2.) The procedure Burmese Nationality Labour moved into work in Mae Sot District, mostly they made decision together in the family and also the labour themselves. There were Job Agencies who would bring them in or sometime they would come on their own by using temporary boarding pass and then stayed longer intentionally and illegally in order to work. The reasons they wanted to work here because of economy, society and culture. 3.) Burmese Nationality Labour were not always get all the benefits in the Agreement on legitimate working conditions from the employers and sometimes they would not

have all the Migrant Worker Rights. 4.) The pattern and the method that suitable for migrant workers would be allowing them to work during the day and send them back in the evening or hire them for seasonal factors. The employers should also register their employees as legal workers, establish the rules that specify the working areas and set the period when the workers could move to work somewhere else or change the job to different area. And allow the workers to work in an intensive industrial sector.

Keyword; laws , Migrant Labour.

บทนำ

รัฐบาลไทยกำหนดนโยบายการจัดการแรงงานจาก 3 ประเทศ คือ สาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมา สปป.ลาวและกัมพูชามาตั้งแต่ปี 2539 จนถึงปัจจุบัน(พ.ศ.2558) โดยการอนุญาตให้มีการนำแรงงานข้ามชาติที่ลักลอบเข้าเมืองมาทำงาน มาขอใบอนุญาตได้โดยมีเป้าหมาย คือ เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงานและการลักลอบเข้ามาทำงานอย่างผิดกฎหมายของแรงงานต่างด้าว แต่ผลการแก้ไขปัญหาการลักลอบเข้าเมืองและทำงานอย่างผิดกฎหมายกลับไม่สามารถบรรลุผลได้ โดยเฉพาะในพื้นที่ชายแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านที่พบว่า ยังมีปัญหาการลักลอบเข้ามาทำงานอย่างผิดกฎหมายของแรงงานเนื่องจากการขาดแคลนแรงงานในพื้นที่ ดังจะเห็นได้จากพื้นที่ชายแดนไทย - เมียนมาในอำเภอแม่สอด จังหวัดตากกล่าวคืออำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เป็นพื้นที่ที่มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนมาตลอดแนวชายแดนด้านตะวันตก ซึ่งถือว่าเป็นช่องทางการค้าที่สำคัญระหว่างไทยกับเมียนมาส่งผลให้มีมติคณะรัฐมนตรีประกาศให้เป็นพื้นที่ในการจัดตั้งเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษแห่งหนึ่ง ส่งผลให้อำเภอแม่สอดมีความต้องการใช้แรงงานอย่างมากในภาคอุตสาหกรรม แต่ปัจจุบันอำเภอแม่สอดต้องประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานในพื้นที่ถึงร้อยละ 30 ซึ่งถือว่าเป็นจำนวนที่สูงเมื่อเทียบกับจำนวนแรงงานที่อยู่ในพื้นที่(ชัยวัฒน์ วิทิตธรรมวงศ์, สัมภาษณ์เมื่อวันที่12 กันยายน 2557) จึงมีอาจปฏิเสธได้ว่าการต้องแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงานโดยการจ้างแรงงานสัญชาติเมียนมาที่สามารถเข้ามาทำงานในพื้นที่อำเภอแม่สอดได้ด้วยตนเองได้ง่าย ส่งผลให้จำนวนแรงงานต่างด้าวสัญชาติเมียนมาที่ลักลอบเข้ามาทำงานแบบผิดกฎหมายมีจำนวนมากกว่าแรงงานต่างด้าวที่ถูกกฎหมาย แสดงให้เห็นว่าการดำเนินการตามมาตรการที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์การแก้ไขปัญหาแรงงานต่างด้าวทั้งระบบที่ผ่านมายังไม่สามารถแก้ไขปัญหาการลักลอบเข้ามาทำงานอย่างผิดกฎหมายของแรงงานจากประเทศเมียนมาได้ อีกทั้งมาตรการที่ต้องการให้มีการจัดระบบการทำงานแบบไปเข้า-เย็นกลับในบริเวณพื้นที่บริเวณชายแดนก็ยังไม่สามารถทำได้

เช่นกัน เพราะแรงงานสัญญาติเมียนมาส่วนใหญ่ต้องการเข้ามาพำนักอยู่ในฝั่งประเทศไทย เพราะไม่สามารถเดินทางไป-กลับได้

จากประเด็นปัญหาการขาดแคลนแรงงานในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก นำมาซึ่งปัญหาและผลกระทบในวงกว้างซึ่งเกี่ยวกับการจัดการแรงงานต่างด้าว จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงกระบวนการเคลื่อนย้ายแรงงานสัญญาติเมียนมาในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตากว่าเป็นอย่างไร สภาพการจ้างงานและสิทธิของแรงงานสัญญาติเมียนมาที่ได้รับเป็นอย่างไร อะไรบ้าง สาเหตุและความจำเป็นในการใช้แรงงานสัญญาติเมียนมาของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด ตลอดจนแนวทางการจัดการแรงงานต่างด้าวในอำเภอแม่สอด จังหวัดตากที่เหมาะสม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสาเหตุและความจำเป็นในการใช้แรงงานสัญญาติเมียนมาของผู้ประกอบการในอำเภอ แม่สอด จังหวัดตาก
2. เพื่อศึกษากระบวนการเคลื่อนย้ายแรงงานสัญญาติเมียนมาเพื่อเข้ามาทำงานในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก
3. เพื่อศึกษาวิเคราะห์เสนอแนะแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายเกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดเกี่ยวกับการปลอมแปลงเครื่องหมายทางการค้า

ขอบเขตของการวิจัย

ศึกษาเกี่ยวกับ ประกอบด้วยรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ประกาศคำสั่ง คำพิพากษาศาลฎีกา ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแรงงานข้ามชาติ

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การป้องกันอาชญากรรมโดยการบังคับใช้กฎหมาย

สำนักดั้งเดิม (Classical School) (ก้องเกียรติ อภัยวงศ์.2546) เป็นสำนักที่ถือกำเนิดขึ้นมาในศตวรรษที่ 18 เพื่อจะ ต่อต้านกับความป่าเถื่อนและความไม่แน่นอนของระบบกฎหมายและการลงโทษในสมัยนั้น โดยสำนักนี้ได้เสนอแนวความคิดในการปฏิรูปกฎหมายและการลงโทษให้เหมาะสมกับการกระทำผิดเพื่อให้เกิดความยุติธรรม จึงก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและการปฏิรูปกฎหมายที่มีมนุษยธรรม และแน่นอนมากยิ่งขึ้น แนวทางในการป้องกันอาชญากรรมที่เน้นในเรื่องการใช้กฎหมายและการลงโทษ เนื่องจากการบังคับใช้กฎหมายไม่มีประสิทธิภาพ หรือมีโทษที่ไม่เหมาะสมกับการกระทำความผิด เพราะมนุษย์มีเจตจำนงอิสระ (Free will) คือ มีเหตุผลที่จะคิดไตร่ตรองถึงผลดีผลเสีย จากการกระทำของตน หากทำแล้วคุ้มค่าก็จะเลือกที่จะกระทำ แต่หากไม่คุ้มค่าก็จะไม่กระทำ ดังนั้น หากการบังคับใช้กฎหมายไม่มีประสิทธิภาพก็เท่ากับเป็นการให้โอกาสแก่ผู้ที่จะเลือกกระทำความผิด

เพราะโอกาสที่จะได้รับผลประโยชน์จากการกระทำผิดมีมากกว่าโอกาสที่จะถูกจับกุมลงโทษ มนุษย์จึงเลือกกระทำผิดโดยไม่เกรงกลัวต่อกฎหมาย ดังนั้น การป้องกันอาชญากรรมตามแนวทางนี้จึงต้องทำให้การบังคับใช้กฎหมายมีประสิทธิภาพเพื่อให้มีผลในการข่มขู่ยับยั้งให้คนที่คิดจะกระทำผิดเกิดความเกรงกลัว ไม่กล้าเสี่ยงที่จะกระทำผิดวิธีการที่จะทำให้การบังคับใช้กฎหมายมีประสิทธิภาพจะต้องผ่านการดำเนินการตามกระบวนการยุติธรรม ได้แก่ ตำรวจ อัยการ ศาล และราชทัณฑ์จะต้องประสานงานกันในการที่จะทำให้การบังคับใช้กฎหมายมีความแน่นอน รวดเร็ว เสมอภาคและมีโทษที่เหมาะสมซึ่งจะทำให้มีผลเป็นการข่มขู่ยับยั้ง ให้คนเกิดความเกรงกลัวไม่กล้ากระทำผิด ดังนั้น การมีโทษที่เหมาะสมสำหรับการบังคับใช้กฎหมาย จึงถือเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ในการป้องกันปราบปรามผู้ที่เป็นอาชญากรรมข้ามชาติ ผู้ก่อการร้ายสากล หรือแก๊งอาชญากรรมต่าง ๆ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องใช้อกฎหมายควบคุม

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้มีขอบเขตการศึกษาในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2557 ถึงปีพ.ศ.2558และศึกษาพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยจะทำการศึกษาในสถานประกอบการประเภทเกษตรกรรม สิ่งทอและการเฝ้าท์ กิจการก่อสร้าง กิจการร้านค้าและการให้บริการต่างๆ ที่มีการจ้างแรงงานสัญชาติเมียนมา และศึกษาในกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับแรงงานต่างด้าวในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ได้แก่ หัวหน้าส่วนงานแรงงานต่างด้าวจังหวัดตาก หัวหน้าจัดหางานอำเภอแม่สอด หัวหน้าส่วนงานตรวจคนเข้าเมือง ประธานหอการค้า ประธานสภาอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการในสถานประกอบการทั้ง 5 ประเภท รวมถึงตัวแทนแรงงานต่างด้าวสัญชาติเมียนมาที่ทำงานในช่วงระยะเวลาปี 2558

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) โดยประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย 3 กลุ่ม ได้แก่ 1.)แรงงานต่างด้าวสัญชาติเมียนมาซึ่งทำงานอยู่ในสถานประกอบการประเภทเกษตรกรรม สิ่งทอและการเฝ้าท์ กิจการก่อสร้าง กิจการร้านค้าและการให้บริการต่างๆในพื้นที่อำเภอแม่สอดรวมเป็นตัวอย่างทั้งสิ้นจำนวน 391คน โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณด้วยแบบสอบถาม (Questionare) 2.)นายจ้างหรือเจ้าของสถานประกอบการทั้ง 5 ประเภทจำนวน 10 ท่าน 3.)เจ้าหน้าที่รัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับแรงงานต่างด้าวจำนวน 5 ท่าน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ตามประเด็นที่กำหนดไว้ในแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structure Interview Form)

การศึกษานี้ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดเชิงระบบการย้ายถิ่นของ Wallenstein, Kritz and Zlotnik, Hugo และ Stahl แนวคิดการเคลื่อนย้ายแรงงานระหว่างประเทศของ E.G. Ravenstein และ Everett S. Lee แนวคิดสิทธิแรงงานข้ามชาติ ตามที่กำหนดไว้ในปฏิญญาสากลว่าด้วยหลักการและ

สิทธิพื้นฐานในการทำงานที่องค์กรแรงงานระหว่างประเทศกำหนดไว้ ตลอดจนยุทธศาสตร์การแก้ไขแรงงานต่างด้าว กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสภาพการจ้างงานและสภาพการทำงานของไทยมาใช้เป็นกรอบคิดหลักในการศึกษา

ผลการวิจัย

1.สาเหตุหรือความจำเป็นในการใช้แรงงานสัญชาติเมียนมาของผู้ประกอบการในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า เจ้าของที่รัฐและนายจ้าง/เจ้าของสถานประกอบการได้ให้ข้อมูลว่า สาเหตุและความจำเป็นในการใช้แรงงานสัญชาติเมียนมาเนื่องจากการขาดแคลนแรงงานในพื้นที่ เพราะในอำเภอแม่สอดมีสถานประกอบการประเภทอุตสาหกรรมสิ่งทอและการเ็นท์เป็นอุตสาหกรรมหลัก ลักษณะงานที่ทำเป็นงานหนักและต้องใช้ความอดทนสูงในการปฏิบัติงาน จึงส่งผลให้แรงงานไทยส่วนใหญ่ไม่ทำแต่เปลี่ยนไปทำงานสายอื่นที่สบายกว่า อีกทั้งปัจจุบันคนไทยส่วนใหญ่นิยมเข้ารับการศึกษาคือในระดับมหาวิทยาลัยแทนการจบการศึกษาเพียงแค่ระดับการศึกษาภาคบังคับและอาชีวศึกษา ส่งผลให้แรงงานไร้ฝีมือและกึ่งฝีมือขาดแคลน ประกอบกับอำเภอแม่สอดมีพื้นที่อยู่ติดกับชายแดนประเทศเมียนมาที่มีชนกลุ่มน้อยจำนวนมากอาศัยอยู่และมีความยากจน ไม่มีงานทำ จึงตัดสินใจเคลื่อนย้ายเข้ามาทำงานในอำเภอแม่สอด ซึ่งมีความต้องการใช้แรงงานจำนวนมาก จึงมีการจ้างแรงงานเมียนมาทดแทนแรงงานไทยที่ขาดแคลนในพื้นที่ อีกทั้งแรงงานเมียนมามีความขยันอดทน ไม่เกียจงานและมีความรับผิดชอบในงานมากกว่าแรงงานไทย สามารถทำงานได้ทุกอย่างเพื่อให้มีรายได้จากค่าจ้างที่มากกว่าที่เมียนมา นอกจากนี้จากการศึกษาผู้ใช้แรงงานสัญชาติเมียนมายังให้เหตุผลที่ตัดสินใจเคลื่อนย้ายเข้ามาทำงานทำในอำเภอแม่สอดว่า เพราะต้องการหารายได้ที่สูงกว่าที่ได้รับในประเทศเมียนมา ความยากจนทำให้ต้องเข้ามาทำงานทำประกอบกับมีโอกาสหางานทำได้ง่ายและชาวเมียนมาจำนวนมากเข้ามาทำงานในอำเภอแม่สอดจึงตัดสินใจย้ายถิ่นมาทำงาน

2.กระบวนการเคลื่อนย้ายและขั้นตอนการย้ายถิ่นของแรงงานสัญชาติเมียนมาในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นแรงงานสัญชาติเมียนมาส่วนใหญ่ตัดสินใจออกจากประเทศบ้านเกิดเพื่อเข้ามาทำงานในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เกิดจากการตัดสินใจร่วมกันระหว่างคนในครอบครัวและตัวผู้ใช้แรงงาน โดยเดินทางมาทำงานโดยลำพัง มีญาติพี่น้องทำงานอยู่ในอำเภอแม่สอดหรือในเมืองไทยชักชวนหรือให้ความช่วยเหลือในการเดินทางเข้ามาทำงาน โดยมีนายหน้าจัดหางานนำพาเข้ามาหรือเดินทางเข้ามาเอง โดยมีคนรู้จักหรือญาติพี่น้องติดต่อให้ การเดินทางเข้ามาด้วยวิธีการผ่านด่านชั่วคราวหรือด่านถาวรโดยใช้ใบผ่านด่านชั่วคราวและลักลอบอยู่ต่อเพื่อทำงาน ซึ่งมีสถานภาพการทำงานอยู่ในอำเภอแม่สอดเป็นผู้เข้าเมืองผิดกฎหมาย เพื่อรอการส่งกลับและยังไม่ผ่านการพิสูจน์สัญชาติแต่มีใบอนุญาตทำงานอย่างถูกต้อง

3.สภาพการจ้างงานและสิทธิแรงงานที่แรงงานสัญชาติเมียนมาในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ได้รับจากการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นแรงงานสัญชาติเมียนมาพบว่า ได้รับการปฏิบัติตามมาตรฐานการ

จ้างงานตามที่กฎหมายกำหนดไว้ เช่น ค่าจ้างตามค่าจ้างขั้นต่ำ 300 บาท มีวันและเวลาการทำงาน วันหยุดตามที่กฎหมายกำหนด ได้รับสวัสดิการ สิทธิประกันสังคมและสิทธิประโยชน์ กลุ่มตัวอย่าง ไม่ได้รับหรือได้รับต่ำเช่น สิทธิลาเพื่อเข้ารับการอบรม/พัฒนาความรู้ความสามารถและสิทธิในการ รวมตัวกันเพื่อเรียกร้องให้นายจ้างจัดสิ่งที่ต้องการ เช่น รถรับส่ง ที่พัก อาหารกลางวันและอื่นๆ เป็นต้น

การได้รับการปฏิบัติตามสิทธิแรงงานข้ามชาติ พบว่า สิทธิของแรงงานสัญชาติเมียนมาใน อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก โดยรวมได้รับการปฏิบัติบางครั้งหรือไม่สม่ำเสมอตามสิทธิของแรงงาน ข้ามชาติทั้ง 5 ด้าน เช่น การได้รับข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสภาพการทำงานและความเป็นอยู่ การได้รับการ ทำสัญญาว่าจ้างเป็นลายลักษณ์อักษร การได้รับความช่วยเหลือในการเดินทางและการใช้ชีวิตอยู่ ในไทย แต่สิทธิที่ไม่ได้รับ เช่น การออกค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางโดยนายจ้าง เป็นต้น สิทธิใน ระหว่างการทำงานที่ได้รับการปฏิบัติสม่ำเสมอ เช่น การได้รับค่าจ้างไม่ต่ำกว่าค่าจ้างขั้นต่ำ การได้รับ ค่าจ้างตรงตามเวลา นายจ้างเป็นผู้จัดหาที่พักให้เปล่าหรือมีค่าที่พักราคาถูก ตลอดจนที่ไม่ได้รับการ ปฏิบัติ ได้แก่ โอกาสในการเลื่อนตำแหน่งเมื่อทำงานมาระยะเวลาหนึ่งและมีความชำนาญมากขึ้น เป็น ต้น สำหรับสิทธิในการคืนสู่ประเทศของตนเมื่อเจ็บป่วยหรือต้องการกลับประเทศของแรงงานข้ามชาติ แรงงานเมียนมาได้รับการปฏิบัติสม่ำเสมอ

4.รูปแบบและวิธีการจัดการแรงงานต่างด้าวสำหรับในอำเภอแม่สอด จังหวัดตากที่เหมาะสม พบว่า อำเภอแม่สอด ซึ่งถือว่าเป็นพื้นที่ชายแดนควรมีการนำเข้าแรงงานแบบไปเช้า-เย็นกลับ และ นำเข้าตามฤดูกาล ตลอดจนการอนุญาตให้นายจ้างนำพาลูกจ้างมาขึ้นทะเบียนเป็นแรงงานที่ถูก กฎหมายได้ตลอดเวลา ควรกำหนดหลักเกณฑ์ให้มีการจำกัดพื้นที่ในการทำงานและระยะเวลาที่ แรงงานสามารถเคลื่อนย้ายไปทำงานที่อื่นหรือเปลี่ยนงานใหม่ในพื้นที่ต่างๆ ได้ รวมถึงการ ปรับเปลี่ยนสถานภาพจากการเป็นผู้เข้าเมืองผิดกฎหมายเป็นผู้เข้าเมืองถูกกฎหมายโดยการพิสูจน์ สัญชาติได้โดยไม่มีเงื่อนไขของเวลา แต่ควรเปิดให้มีการพิสูจน์สัญชาติได้ตลอดเวลา อย่างไรก็ตามการ พิสูจน์สัญชาติควรทำในระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น ในอนาคตต้องให้มีการนำเข้าแรงงานตามข้อตกลง ระหว่างรัฐต่อรัฐ(MOU)เท่านั้น นอกจากนี้ควรมีการกำหนดข้อกำหนดระหว่างประเทศไทยกับเมียน มาในเรื่องบทลงโทษแก่ผู้ประกอบการที่มีการใช้แรงงานผิดกฎหมายและแรงงานต่างด้าวที่ลักลอบเข้า เมืองผิดกฎหมายให้เป็นที่รับทราบกันทั้งสองฝ่ายและมีผลบังคับใช้อย่างเข้มงวด และการอนุญาตให้ แรงงานทำงานในภาคอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นได้

อภิปรายผลการวิจัย

1.สาเหตุและความจำเป็นในการใช้แรงงานสัญชาติเมียนมาของผู้ประกอบการในอำเภอแม่ สอด จังหวัดตาก เนื่องจากการขาดแคลนแรงงานในพื้นที่ ซึ่งพื้นที่อำเภอแม่สอดมีสถานประกอบการ ประเภทอุตสาหกรรมสิ่งทอและการเหมืองแร่เป็นอุตสาหกรรมหลัก ลักษณะงานที่ทำเป็นงานหนักและ

ต้องใช้ความอดทนสูงในการปฏิบัติงาน จึงส่งผลให้แรงงานไทยส่วนใหญ่ไม่ทำแต่เลือกไปทำงานสายอื่นที่สบายกว่า นอกจากนี้คนส่วนใหญ่เข้ารับการศึกษาคือในระดับมหาวิทยาลัยแทนการจบการศึกษาเพียงแค่ระดับการศึกษามัธยมศึกษาหรืออาชีวศึกษา จึงส่งผลให้แรงงานที่ต้องการในพื้นที่อำเภอแม่สอดส่วนใหญ่ที่เป็นแรงงานไร้ฝีมือและกึ่งฝีมือจึงขาดแคลน ทำให้นายจ้าง/เจ้าของสถานประกอบการกระตุ้น/เรียกร้องให้รัฐบาลแก้ไขปัญหาคาดแคลนในพื้นที่ การศึกษานี้จึงเป็นไปตามแนวคิดเชิงระบบการย้ายถิ่นที่ Wallenstein (อ้างในศิริพงษ์ ลดาวัลย์ ณ อยุธยา, 2556:น.18) ได้เสนอไว้ว่า การย้ายถิ่นระหว่างประเทศเป็นผลลัพธ์ที่เกิดจากการเกิดของระบบโลก บางประเทศเติบโตขึ้นจนกลายเป็นศูนย์กลางของทุนนิยมโลก ส่งผลให้เกิดภาวะเศรษฐกิจสองระบบและเกิดตลาดแรงงานระดับภูมิภาคที่มีความต้องการแรงงานระดับล่างที่ทำงานโดยใช้กำลังกาย เป็นงานหนัก มีความเสี่ยงหรือยากลำบากและมีค่าจ้างต่ำที่เรียกว่า 3DS (Dirty, Dangerous, Difficult) แต่คนในประเทศเหล่านั้นไม่ต้องการทำงานดังกล่าวแต่มุ่งไปทำงานในระดับสูงที่ใช้ความรู้ทักษะมากขึ้นและมีค่าตอบแทนที่สูงกว่า ทำให้แรงงานจากประเทศที่มีการพัฒนาและความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจต่ำกว่าตัดสินใจเคลื่อนย้ายไปทำงานในประเทศที่มีการพัฒนาสูงกว่า ดังเช่นที่แรงงานจากประเทศเมียนมามีการพัฒนาต่ำกว่าประเทศไทยตัดสินใจย้ายถิ่นเข้ามาทำงานในอำเภอแม่สอด

ประกอบกับแต่ก่อนประเทศเมียนมายังถูกกีดกันจากต่างชาติในการทำการค้าจึงส่งผลให้แรงงานเมียนมาว่างงาน ไม่มีงานทำ จึงได้เดินทางเข้ามาทำงานที่อำเภอแม่สอด เนื่องจากอำเภอแม่สอดอยู่ติดกับชายแดนประเทศเมียนมาที่มีชนกลุ่มน้อยจำนวนมากอาศัยอยู่ มีความยากจน ไม่มีงานทำและมีความต้องการเข้ามาทำงานในอำเภอแม่สอด จึงมีการเคลื่อนย้ายเข้ามาทำงานในอำเภอแม่สอดที่ต้องการแรงงานต่างด้าวทดแทนแรงงานขาดแคลนในพื้นที่ อีกทั้งแรงงานเมียนมามีความขยันอดทน ไม่เกียจคร้านและมีความรับผิดชอบในงานมากกว่าแรงงานไทย สามารถทำงานได้ทุกอย่างและมีรายได้/ค่าจ้างมากกว่าที่เมียนมา จึงมีการจ้างแรงงานเมียนมาทำงานในสถานประกอบการทดแทนแรงงานไทย

2. กระบวนการเคลื่อนย้ายและขั้นตอนการย้ายถิ่นของแรงงานสัญชาติเมียนมาในพื้นที่อำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ส่วนใหญ่แรงงานเมียนมาจำนวน 224 ท่าน ตัดสินใจออกจากประเทศบ้านเกิดเพื่อเข้ามาทำงานในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก เกิดจากการตัดสินใจร่วมกันระหว่างคนในครอบครัวและตัวผู้ใช้แรงงาน ผลการศึกษานี้เป็นไปตามที่ Hugo (อ้างในศิริพงษ์ ลดาวัลย์ ณ อยุธยา, 2556:น.20) ได้เสนอมุมมองต่อระบบการย้ายถิ่นว่ามีลักษณะเป็นกระบวนการ เริ่มตั้งแต่การตัดสินใจเดินทางออกจากประเทศต้นทางไปยังประเทศปลายทางผู้รับแรงงาน โดยผ่านเครือข่ายทางสังคม เพราะการตัดสินใจย้ายถิ่นของบุคคลจะมีครอบครัวเข้ามามีส่วนร่วมด้วยเสมอ โดยการเดินทางมาทำงานคนเดียว ซึ่งสาเหตุที่ตัดสินใจออกมาทำงานในอำเภอแม่สอดนั้นเกิดจากสาเหตุด้านเศรษฐกิจที่ต้องการหารายได้ที่สูงกว่าที่ได้ในเมียนมา ซึ่งผลการศึกษานี้เป็นไปตามแนวคิดของ Everett S. Lee (อ้างในบุญคง หันจางสิทธิ์, 2540, น.256) ที่ได้เสนอไว้ว่า การที่แรงงานเคลื่อนย้าย

หรือย้ายออกจากประเทศบ้านเกิด เกิดจากปัจจัยผลักดันนั้นคือ ระดับค่าจ้างหรืออัตราเงินเดือนที่ต่ำ เมื่อเทียบกับต่างประเทศ ซึ่งเมื่อแรงงานได้รับค่าจ้างหรือผลตอบแทนอื่นๆจากการทำงานต่ำกว่า แรงงานในสายอาชีพเดียวกันที่ทำงานในต่างประเทศ ย่อมก่อให้เกิดแรงผลักดันให้แรงงานเคลื่อนย้าย ออกจากประเทศของตนไปทำงานยังต่างประเทศที่มีระดับค่าจ้างและผลตอบแทนที่สูงกว่า

สำหรับสาเหตุด้านสังคม เกิดจากการมีญาติพี่น้องทำงานอยู่ในอำเภอแม่สอดหรือในเมืองไทย ชักชวนหรือช่วยเหลือตามที่ Stahl (อ้างในศิริพงษ์ ลดาวัลย์ ณ อยุธยา, 2556:น.20) ได้เสนอมุมมอง กระบวนการย้ายถิ่นเริ่มจากการตัดสินใจย้ายถิ่น โดยมีตัวแปรระดับย่อยด้านสังคม นั่นคือการถูก จัดทำโดยเครือญาติหรือคนในถิ่นต้นทางเดียวกัน ความช่วยเหลือจากเพื่อนและญาติในประเทศ ปลายทาง เครือข่ายความสัมพันธ์เชิงเครือญาติ ซึ่งจะให้ความช่วยเหลือจัดหาที่พัก หางานและ ดำเนินการต่างๆและการหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการย้ายถิ่น รวมถึงเกิดจากสาเหตุด้านวัฒนธรรม เนื่องจากต้องการมาทำงานเพราะเห็นคนอื่นมาทำกันมาก ซึ่งเดินทางเข้ามาทำงานโดยมีนายหน้า จัดหางานนำพาเข้ามาหรือเดินทางเข้ามาเอง ด้วยวิธีการผ่านด่านชั่วคราวหรือด่านถาวรโดยใช้ใบผ่าน ด่านชั่วคราวและลักลอบอยู่ต่อเพื่อทำงาน โดยมีสถานภาพการทำงานอยู่ในอำเภอแม่สอดเป็นผู้เข้า เมืองผิดกฎหมายและยังไม่ผ่านการพิสูจน์สัญชาติแต่มีใบอนุญาตทำงานอย่างถูกต้อง

3.สภาพการจ้างงานและสิทธิแรงงานที่แรงงานสัญชาติเมียนมาในอำเภอแม่สอด จังหวัดตากได้รับโดย ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างได้รับการปฏิบัติตามสภาพการจ้างงานโดยรวมอยู่ในระดับไม่ สม่าเสมอหรือได้รับบางครั้ง โดยส่วนใหญ่เป็นไปตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานพ.ศ.2541 – พ.ศ.2551 (กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน, 2557; ออนไลน์) ได้แก่ การจ่ายค่าจ้าง วันและเวลา ในการทำงาน การลาและการหยุดงาน สวัสดิการ สิทธิประกันสังคมและสิทธิประโยชน์ เป็นต้น แต่ อย่างไรก็ตามมีบางประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างไม่ได้รับการปฏิบัติหรือได้รับต่ำเช่นเดียวกัน ได้แก่ สิทธิลา เพื่อเข้ารับการอบรม/พัฒนาความรู้ความสามารถ ผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การใช้แรงงาน สัญชาติเมียนมาในอำเภอแม่สอด ผู้ประกอบการหรือนายจ้างมีการปฏิบัติตามพระราชบัญญัติ คุ้มครองแรงงานพ.ศ.2541 – พ.ศ.2551 (กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน, 2557; ออนไลน์) ที่ได้ กำหนดบางเรื่อง เช่น ลูกจ้างมีสิทธิลาเพื่อการฝึกอบรมหรือพัฒนา ความรู้ความสามารถตาม หลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในกฎกระทรวง เป็นต้น

อีกทั้งสิทธิในการรวมตัวกันเพื่อเรียกร้องให้นายจ้างจัดสิ่งที่ต้องการ เช่น รถรับส่ง ที่พัก อาหารกลางวันและอื่นๆ ที่ไม่ได้รับการปฏิบัติหรือได้รับต่ำ ซึ่งไม่เป็นไปตามที่ปฏิญญา ILO ว่าด้วย หลักการและสิทธิขั้นพื้นฐานในการทำงานของแรงงานข้ามชาติ (สำนักงานแรงงานระหว่างประเทศ ,2550 : น.26) กำหนดสิทธิขั้นพื้นฐานด้านสภาพแรงงานคือ สิทธิในการจัดตั้งและเป็นสมาชิกหรือ สมาคมที่แรงงานข้ามชาติเป็นผู้เลือกเข้าร่วมกลุ่ม เพื่อเจรจาในเรื่องที่มีผลต่อสภาพการทำงานและ เงื่อนไขในการจ้างงาน การเลือกบุคคลมาเป็นผู้แทน การใช้กลไกทางอนุญาโตตุลาการและการไกล่เกลี่ยเพื่อยุติข้อขัดแย้งและการนัดหยุดงาน สำหรับสิทธิของแรงงานสัญชาติเมียนมาในอำเภอแม่สอด

จังหวัดตาก กลุ่มตัวอย่างได้รับการปฏิบัติบางครั้งหรือไม่สม่ำเสมอตามสิทธิของแรงงานข้ามชาติทั้ง 5 ด้าน แต่อย่างไรก็ตามมีบางประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างไม่ได้รับการปฏิบัติหรือได้รับต่ำเช่นเดียวกัน อาทิ เช่น การไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับค่าเดินทางเพราะนายจ้างออกให้ ไม่เป็นไปตามสำนักงานแรงงานระหว่างประเทศ (2550 : น.26) กำหนดไว้ว่า แรงงานข้ามชาติที่ได้รับการจัดหางานหรือจ้างงาน โดยนายจ้างไม่ควรต้องเป็นผู้จ่ายค่าเดินทางของตนหรือบางกรณีค่าเดินทางของครอบครัวด้วย แต่ในทางปฏิบัติส่วนใหญ่ นายจ้างเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการเดินทางให้แก่แรงงาน แต่เมื่อแรงงานเข้ามาทำงานแล้วจะถูกหักค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่นายจ้างออกให้กับเงินเดือนที่แรงงานต้องได้รับแทน

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 239 ท่าน ไม่ได้รับการปฏิบัติหรือได้รับต่ำในเรื่องการยกเว้นภาษีศุลกากร เช่น การนำของใช้ส่วนตัวเข้ามาในประเทศโดยไม่เสียภาษีศุลกากร โดยรวมนี้กลุ่มตัวอย่างไม่สามารถนำของใช้ส่วนตัวเข้ามาได้หรือบางส่วนสามารถนำเข้ามาได้แต่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการนำของใช้ส่วนตัวดังกล่าวเข้ามาด้วย ตามที่สำนักงานแรงงานระหว่างประเทศ (2550 : น.26) กำหนดไว้ถึงสิทธิของแรงงานข้ามชาติเมื่อเดินทางมาถึงที่หมายนั้น แรงงานข้ามชาติมีสิทธิในการนำของใช้ส่วนตัวเข้ามาในประเทศที่ตนมาทำงานโดยไม่ต้องเสียภาษีศุลกากร เป็นต้น การได้รับโอกาสในการเลื่อนขั้น/ตำแหน่งเมื่อทำงานมาแล้วและมีความรู้ความชำนาญงานมากขึ้น ส่วนใหญ่แรงงานหากมีความชำนาญในตำแหน่งนั้นๆสามารถทำงานได้รวดเร็วยิ่งขึ้นส่งผลต่อการปฏิบัติงานตรงตามเป้าหมาย หากมีการเปลี่ยนตำแหน่งงานจะเป็นเรื่องของความเหมาะสมหรือความสามารถในการทำงานในตำแหน่งลดน้อยลงมากกว่า โดยไม่เป็นไปตามสำนักงานแรงงานระหว่างประเทศ (2550 : น.26) กำหนดเกี่ยวกับสิทธิแรงงานระหว่างการทำงานว่า แรงงานข้ามชาติควรได้รับโอกาสเท่าเทียมกับพลเมืองของประเทศในการเลื่อนขั้นและความก้าวหน้าในการทำงาน หากมีคุณสมบัติเท่าเทียมกัน เป็นต้น

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จำนวน 184 ท่าน ไม่ได้รับการปฏิบัติหรือได้รับต่ำในการให้ความช่วยเหลือให้เรียนภาษาไทย โดยส่วนใหญ่แรงงานฝึกอ่าน พูดภาษาไทยด้วยตนเอง โดยมีเพื่อนที่เป็นแรงงานชาติเดียวกันที่เข้ามาทำงานในสถานประกอบการนั้นๆเป็นระยะเวลานาน สามารถอ่านและพูดภาษาไทยได้เป็นผู้สอนให้ ซึ่งไม่เป็นไปตามที่สำนักงานแรงงานระหว่างประเทศ (2550 : น.26) กำหนดให้แรงงานข้ามชาติและครอบครัวมีสิทธิได้รับการปฏิบัติที่เท่าเทียมกันในด้านการศึกษาและสิทธิที่จะได้รับความช่วยเหลือให้เรียนภาษาของประเทศที่ตนทำงานอยู่ ซึ่งเป็นสิทธิทางสังคมและสิทธิพลเมืองในประเทศเจ้าบ้านในเรื่องของการศึกษาและวัฒนธรรม เป็นต้น

4.รูปแบบและวิธีการจัดการแรงงานต่างด้าวสำหรับในอำเภอแม่สอด จังหวัดตากที่เหมาะสมพบว่า อำเภอแม่สอด ซึ่งถือว่าเป็นพื้นที่ชายแดนควรมีการนำเข้าแรงงานแบบไปเช้า-เย็นกลับและนำเข้าตามฤดูกาล ตลอดจนการอนุญาตให้นายจ้างนำพาลูกจ้างมาขึ้นทะเบียนเป็นแรงงานที่ถูกกฎหมาย ควรกำหนดหลักเกณฑ์ให้มีการจำกัดพื้นที่ในการทำงานและระยะเวลาที่แรงงานสามารถเคลื่อนย้ายไปทำงานที่อื่นหรือเปลี่ยนงานใหม่ในพื้นที่ต่างๆ ได้ รวมถึงการปรับเปลี่ยนสถานภาพจาก

การเป็นผู้เข้าเมืองผิดกฎหมายเป็นผู้เข้าเมืองถูกกฎหมาย โดยการพิสูจน์สัญชาติได้โดยไม่มีเงื่อนไขของเวลา แต่ควรเปิดให้มีการพิสูจน์สัญชาติได้ตลอดเวลา อย่างไรก็ตามการพิสูจน์สัญชาติควรทำในระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น ในอนาคตต้องให้มีการนำเข้าแรงงานตามข้อตกลงระหว่างรัฐต่อรัฐ (MOU) เท่านั้น

นอกจากนี้ควรมีการกำหนดข้อกำหนดระหว่างประเทศไทยกับเมียนมาในเรื่องบทลงโทษแก่ผู้ประกอบการที่มีการใช้แรงงานผิดกฎหมายและแรงงานต่างด้าวที่ลักลอบเข้าเมืองผิดกฎหมายให้เป็นที่ยอมรับกันทั้งสองฝ่ายและมีผลบังคับใช้อย่างเข้มงวด และการอนุญาตให้แรงงานทำงานในภาคอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานเข้มข้นได้ ทั้งนี้จากข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการหรือนายจ้างเจ้าหน้าที่รัฐนั้นบางประการสามารถดำเนินการแก้ไขให้เป็นไปตามที่เสนอมาได้ แต่อย่างไรก็ตามการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงข้อกำหนดและกฎเกณฑ์ต่างๆ นั้น ต้องผ่านการพิจารณาความเห็นจากหลายฝ่ายและบางเรื่องเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศซึ่งต้องใช้ระยะเวลาในการทำข้อตกลงระหว่างกัน เพื่อให้เป็นที่ยอมรับกันทั้งสองฝ่าย จึงไม่สามารถดำเนินการแก้ไขได้ทันที่ที่ข้อเสนอแนะ

บรรณานุกรม

- กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน. (2541). พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงานพ.ศ.2541-พ.ศ. 2551. (ออนไลน์) สืบค้นจาก <http://www.labour.go.th/th/index.php/labour-laws> วันที่ 7 กุมภาพันธ์ 2558
- ชัยวัฒน์ วิทิตธรรมวงศ์, ประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดตาก. สัมภาษณ์. 12 กันยายน 2557.
- บุญคง หันจางสิทธิ์. (2540). เศรษฐศาสตร์ทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรินติ้ง เฮาส์.
- ศิริพงษ์ ลดาวัลย์ ณ ออยุธยา. (2556). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์การจัดการแรงงานข้ามชาติเข้าเมืองผิดกฎหมาย 3 สัญชาติไทย:สำรวจทางกฎหมาย นโยบายและทางเลือก. มปท.
- สำนักงานแรงงานระหว่างประเทศ. (2550). มาตรฐานแรงงานระหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิแรงงานข้ามชาติ. กรุงเทพฯ: Asia document bureau Ltd.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT)

The Marketing Mix Factors on the use of Subway service (MRT)

อรณิชา ทศตา¹ อัครวิน เสนิชัย² พีรพล เทพประสิทธิ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้ที่ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร ด้วยวิธี W.G.Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุด้วยวิธี Enter

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านลักษณะกายภาพ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล และ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสามารถอธิบายความแปรปรวนของการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) ได้ 11.3% ($R^2 = 0.113$) เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) มากที่สุดไปอย่างน้อยที่สุด คือ 1.ปัจจัยด้านกระบวนการ ($\beta = 0.174$) 2.ด้านบุคคล ($\beta = 0.159$) 3.ด้านราคา ($\beta = 0.108$) และ 4.ด้านผลิตภัณฑ์ ($\beta = -0.099$) ตามลำดับ.

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, การใช้บริการ, รถไฟฟ้าใต้ดิน MRT

Abstract

The purpose of this research was to study the marketing mix factors on the use of Subway service (Metropolitan Rapid Transit; MRT). The sample size used in this study was people who use the subway service (MRT) in Bangkok with 400 samples. By sampling from unknown population with W.G.Cochran method at a 95% confidence level. The instrument used in the research was a questionnaire. The statistics used for

¹ (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.) คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา, E-Mail: onnitcha@nmc.ac.th

² นิสิตระดับปริญญาเอก สาขาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา

analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression analysis by Enter Method.

The study found that marketing mix factors are product, price, physical , promotion process, people and place. Able to explain 11.3% of the variance in the selection of the subway service () ($R^2 = 0.113$). When considering the marketing mix factors that have the most effect on the selection of the MRT to the least namely 1.Process ($\beta=0.174$) 2.People ($\beta= 0.159$) 3.Price ($\beta= 0.108$) and 4.Product ($\beta= -0.099$) respectively.

Keywords : Marketing Mix Factors, The Using Service, MRT Service Train

บทนำ

ในยุคปัจจุบัน การขนส่งไม่ว่าจะเป็นทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ และทางราง ล้วนแต่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะเป็นการจราจร การค้า และการเคลื่อนย้ายคน สัตว์ สิ่งของ ฯลฯ ถ้าหากกล่าวถึงการขนส่ง แต่ละคนอาจจะนึกถึงความหมายที่แตกต่างกันไป การขนส่งเป็นกิจกรรมที่ทุกคนต้องมีส่วนเข้าไปเกี่ยวข้องไม่มากนักน้อย เช่น ในการดำเนินชีวิตของมนุษย์จะต้องมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่เสมอ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างการออกไป ไม่ว่าจะเป็น การเดินทางไปทำงาน ทำธุระ การเดินทางเพื่อประกอบอาชีพ การศึกษา การอุปโภคบริโภค การลงทุนทำธุรกิจ การท่องเที่ยวพักผ่อน เป็นต้น ปัจจุบันการคมนาคมขนส่งรูปแบบต่างๆ เข้ามามีบทบาทเพื่ออำนวยความสะดวกและมีความสำคัญต่อการใช้ชีวิตเป็นอย่างมาก การขนส่งทางบก เป็นช่องทางการขนส่งที่นิยมใช้มากที่สุด เนื่องจากมีความสะดวกสบาย รวดเร็ว ค่าใช้จ่าย และเส้นทางการเดินรถไฟฟ้าใต้ดินที่มีการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง เนื่องด้วยบริการขนส่งของรัฐที่มีในขณะนี้ยังมีเพียงพอต่อความต้องการและไม่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ เกิดความล่าช้าในการเดินทางและการสูญเสียทางเศรษฐกิจ ทำให้การบริการขนส่งโดยรถไฟฟ้าใต้ดินที่จึงเป็นทางเลือกที่ช่วยแก้ไขปัญหาดังๆ ให้กับผู้เดินทาง

ปัญหาการขนส่งโดยรถไฟฟ้าใต้ดินนับเป็นบริการการขนส่งที่แตกต่างจากรูปแบบอื่นด้วยขนาดของยานพาหนะที่มีขนาดใหญ่กว่าแต่สามารถเคลื่อนที่ได้รวดเร็วกว่ารถโดยสารประจำทาง จึงมีความคล่องตัวมากกว่า ทำให้การใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินมีปริมาณที่เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ประสิทธิภาพในการให้บริการลดลง ทำให้เกิดปัญหาต่อผู้ใช้บริการ เช่น ปัญหาด้านรถไฟฟ้าไม่พอต่อจำนวนคนที่มาใช้บริการ ภายในรถไฟฟ้าทำให้เกิดความแออัด มีสิ่งสกปรกทำให้มีกลิ่นที่ไม่พึงประสงค์ ปัญหาด้านช่องจำหน่ายตั๋วน้อย ปัญหาด้านสถานที่ในการรอขึ้นรถไฟฟ้าใต้ดินไม่สะดวก (บริษัท รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. จำกัด, 2558)

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาและวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินประจำเส้นทาง เพื่อทราบถึงปัญหาการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินดังกล่าว ทั้งนี้ผลที่ได้จากการศึกษาจะได้นำไปปรับปรุงแก้ไข ตลอดจนพัฒนาประสิทธิภาพของรถไฟฟ้าใต้ดิน และเพื่อประโยชน์ของผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน

ขอบเขตของปัญหา

1. ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยเลือกทำการศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้คือ ผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษารถไฟฟ้าใต้ดิน MRT บริเวณ ลาดพร้าว - พระราม 9

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษารถไฟฟ้าใต้ดิน MRT บริเวณ ลาดพร้าว - พระราม 9

3.1 ตัวแปรอิสระ

- ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

- ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (7P's) ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ปัจจัยด้านราคา (Price) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ปัจจัยด้านบุคคล (People) ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และปัจจัยด้านกระบวนการ (Process)

3.2 ตัวแปรตาม คือ การใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT ลาดพร้าว – พระราม 9

เนื้อหาที่เกี่ยวข้อง

ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ (7P's) ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้า (Goods) บริการ (Services) หรือสิ่งอื่นๆ ที่บริษัทนำเสนอสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้า ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดีที่สุด จะทำให้ลูกค้าก็จะมีคามพึงพอใจมากที่สุด โดยผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตามการให้ความสำคัญในแต่ละองค์ประกอบของลูกค้า (Kotler , 2012, p.325) ประกอบด้วย

1.1 ธรรมชาติพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ (Core Benefit) หมายถึง สิ่งสำคัญพื้นฐานที่ลูกค้าต้องการจากการซื้อผลิตภัณฑ์นี้ เช่น ลูกค้าตัดสินใจเลือกใช้บริการรถโดยสารประจำทาง ก็ต้องการให้สามารถเดินทางไปส่งถึงที่หมายได้ เป็นต้น

1.2 ธรรมชาติทั่วไปของผลิตภัณฑ์ (Basic Product) หมายถึงองค์ประกอบทั่วไปที่มีอยู่แล้วในผลิตภัณฑ์ปัจจุบันหรือผลิตภัณฑ์คู่แข่ง เช่น รถโดยสารประจำทางจะต้องมีเบาะสำหรับนั่ง มีพัดลมหรือเครื่องปรับอากาศภายในรถ เป็นต้น

1.3 ธรรมชาติที่คาดหวังของผลิตภัณฑ์ (Expected Product) คือองค์ประกอบหรือคุณสมบัติที่ลูกค้าต้องการ เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนตัว เป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เช่น เบาะที่นั่งบนรถโดยสารประจำทางสามารถปรับระดับได้หรือมีระบบนวด เป็นต้น

1.4 ธรรมชาติเพิ่มเติมของผลิตภัณฑ์ (Augmented Product) คือองค์ประกอบหรือคุณสมบัติเพิ่มเติมที่นอกเหนือจากความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้เกิดความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ เช่น ที่นั่งทุกที่นั่งบนรถโดยสารประจำทางจะมีหน้าจอส่วนตัวสำหรับดูหนัง ฟังเพลงหรือกิจกรรมความบันเทิงอื่นๆ เป็นต้น

1.5 ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ในอนาคต (Potential Product) คือองค์ประกอบหรือคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ ที่รองรับความต้องการใช้งานเพิ่มเติมในอนาคต เช่น รถโดยสารประจำทางมีระบบอำนวยความสะดวกสำหรับรับรองการเดินทางของผู้สูงอายุ เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย เป็นต้น

2. ราคา (Price) เป็นส่วนประสมทางการตลาดอย่างหนึ่งที่สร้างรายได้ให้กับบริษัท หมายถึง จำนวนเงินที่ลูกค้ายอมจ่ายเพื่อให้ได้มาของผลิตภัณฑ์ โดยเปรียบเทียบกับความรู้ในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ การตั้งราคาจึงต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดในส่วนอื่นๆ เนื่องจากมีอิทธิพลต่อความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะส่งผลต่อส่วนประสมทางการตลาดทุกๆ ส่วนและภาพลักษณ์ของบริษัท ซึ่งมีวัตถุประสงค์ของการตั้งราคา ดังนี้ (ธีรฤติ นวรัตน์ ณ อยุธยา , 2547)

2.1 การตั้งราคาเพื่อความอยู่รอด (Survival) คือการตั้งราคาค่อนข้างต่ำเพื่อต้องการให้มีรายได้เพียงพอที่จะสามารถอยู่รอดได้

2.2 การตั้งราคาเพื่อกำไรสูงสุด (Profit Maximisation) คือการตั้งราคาสูงสุดในระดับที่ลูกค้ายอมรับได้เพื่อกำไร

2.3 การตั้งราคาเพื่อยอดขายสูงสุด (Sales Maximization) คือ การตั้งราคาต่ำมากเพื่อเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาด

2.4 การตั้งราคาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ (Prestige) คือ การตั้งราคาสูง เพื่อต้องการสร้างภาพลักษณ์ให้ดูมีความเป็นพิเศษ มีระดับ คุณภาพสูง

2.5 การตั้งราคาเพื่อผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) คือ การตั้งราคาเพื่อให้ได้ผลตอบแทนในอัตราที่ต้องการ เช่น ตั้งราคา 10% จากต้นทุนผลิตภัณฑ์

3. การจัดจำหน่าย (Place) เป็นการกำหนดช่องทางการนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า โดยคำนึงถึง 2 ปัจจัยหลักคือ การเข้าถึง (Accessibility) ซึ่งหมายถึงความง่ายและความสะดวกสบายในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ และ ความพร้อมในการให้บริการ (Availability) ซึ่งหมายถึง ระดับความพร้อมของผลิตภัณฑ์สำหรับลูกค้า ต้องมีพร้อมให้เมื่อลูกค้าต้องการเสมอ โดยผลิตภัณฑ์ที่มีการเข้าถึงได้ง่าย และมีความพร้อมในการให้บริการจะทำให้ความพึงพอใจของลูกค้าเพิ่มสูงขึ้น (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2547)

4. การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือทางการตลาดสำหรับการสื่อสารข้อความที่บริษัทต้องการไปสู่ลูกค้า ประกอบด้วย เพื่อให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ลูกค้า (To Inform) เพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (To Educate) เพื่อชักจูงให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ (To Persuade) และเพื่อเตือนความจำแก่ลูกค้า (To Remind) โดยการกำหนดวัตถุประสงค์ข้อความที่สื่อสารขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความเหมาะสมของแต่ละผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้า (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2547)

5. บุคลากร (People) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับบุคคลที่มีส่วนร่วมในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าทั้งหมด ซึ่งมีอิทธิพลต่อการรับรู้ของลูกค้า โดยเฉพาะพนักงานส่วนหน้าที่พบกับลูกค้าโดยตรง (Front stage Personnel) ที่เปรียบเสมือนตัวแทนของบริษัท พฤติกรรมทั้งหมดที่แสดงต่อลูกค้า จะส่งผลต่อภาพลักษณ์ของบริษัท การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจของลูกค้า (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา , 2547)

6. กระบวนการ (Process) เป็นขั้นตอนและวิธีการปฏิบัติงานต่างๆ ที่ใช้ในกิจการเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้า ซึ่งมีความสำคัญต่อการอยู่รอดของบริษัทเนื่องจากหลายๆกระบวนการเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับลูกค้าโดยตรง เช่น การนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้าจะสามารถรับรู้ได้โดยตรง ดังนั้น กระบวนการที่ดีก็จะแสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพคุณภาพและมาตรฐาน ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2547)

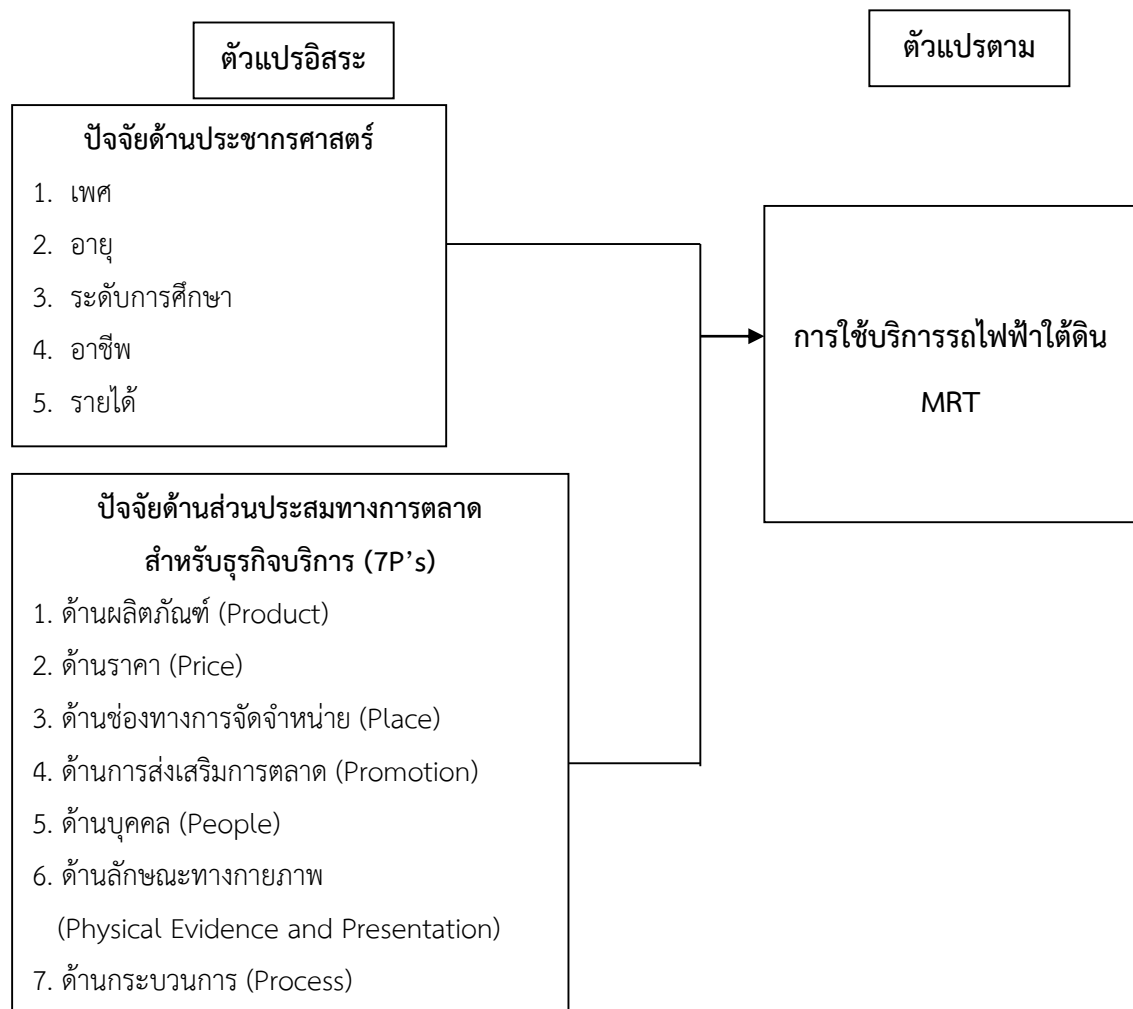
7. ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) เป็นสิ่งรูปธรรมที่ลูกค้าสามารถมองเห็นหรือรับรู้ได้โดยตรง เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะส่งผลต่อภาพลักษณ์พฤติกรรมและความพึงพอใจของลูกค้า แบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก ดังนี้ (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2547)

7.1 ภูมิทัศน์บริการ (Services cape) หมายถึง สภาพแวดล้อมทางกายภาพทั้งหมด ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมภายนอก (Facility Exterior) เช่น ภายนอกตัวอาคาร ป้ายชื่อบริษัท หรือ ลานจอดรถ เป็นต้น และ สภาพแวดล้อมภายใน (Facility Interior) เช่น การตกแต่งภายในอาคาร คุณภาพอากาศภายในอาคาร เป็นต้น

7.2 สิ่งจับต้องได้ประเภทอื่น (Other Tangibles) หมายถึง สิ่งต่างๆ ที่ช่วยในการสื่อสารกับลูกค้าที่เป็นรูปธรรม เช่น นามบัตร เครื่องแบบพนักงาน หรือ เอกสารแผ่นพับโฆษณาต่างๆ เป็นต้น

ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 องค์ประกอบ จึงเป็นตัวแปรที่สำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความต้องการ ทศนคติ ความคาดหวังและการตัดสินใจ ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้าน จึงมีลักษณะที่แตกต่างกันและมีความสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือผู้ใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT ซึ่งตารางการเดินทางรถไฟฟ้าใต้ดินของ MRT ต่อวันจากบริเวณ ลาดพร้าว - พระราม 9 แต่ด้วยไม่ทราบประชากรที่แน่นอนจึงใช้สูตร W.G. Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคาดเคลื่อนร้อยละ 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 324 คน และเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างเพียงพอที่เหมาะสมที่จะใช้ทดสอบ รวมถึงเพื่อป้องกันอัตราการตอบกลับที่ไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ทั้งหมด 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุด้วยวิธี Enter

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 60.0 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 40.0 มีอายุ 20-30 ปี ร้อยละ 52.5 อายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 31.1 มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 13.3 มีอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 2.7 สถานภาพสมรส ร้อยละ 50.7 สถานภาพโสด ร้อยละ 45.5 สถานภาพหย่าร้าง ร้อยละ 3.8 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 48.0 ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 46.8 ระดับปริญญาโทหรือเทียบเท่า ร้อยละ 5.0 ปริญญาเอก ร้อยละ 0.2 อาชีพข้าราชการ ร้อยละ 26.5 นักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 26.3 อาชีพธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 17.4 อาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 16.3 อาชีพอื่นๆ ร้อยละ 8.5 อาชีพรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 5.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000-15,000 บาท ร้อยละ 63.0 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 20.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 16.3 และ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-35,000 บาท ร้อยละ 0.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) พบว่า ทั้ง 7 ด้าน มีระดับความคิดเห็นส่วนใหญ่ อยู่ใน ระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$, $SD = 0.52$) และ เมื่อพิจารณาทางด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.42$, $SD = 0.66$) มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ ด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.36$, $SD = 0.56$) ด้านบุคคล ($\bar{X} = 4.29$, $SD = 0.37$) ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 4.27$, $SD = 0.40$) ด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.24$, $SD = 0.62$) ด้านนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.20$, $SD = 0.61$) และด้านราคา ($\bar{X} = 4.13$, $SD = 0.65$) ตามลำดับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) โดยได้ค่าประสิทธิภาพของการทำนาย R^2 เท่ากับ .113 หรือ 11.3% หมายความว่าตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัว ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความสามารถในการทำนายตัวแปรตามคือ การเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) อยู่ที่ 11.3% โดยเมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ตัว

พบว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) มากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ (Process) ($\text{Beta}=0.174$)

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อผู้รับบริการด้านการใช้รถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด จำแนกตามรายด้าน และโดยรวม

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.42	0.66	มาก
2. ด้านราคา	4.13	0.65	มาก
3. ด้านนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.20	0.61	มาก
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	4.24	0.62	มาก
5. ด้านกระบวนการ	4.27	0.40	มาก
6. ด้านบุคคล	4.29	0.37	มาก
7. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.36	0.56	มาก
รวม	4.27	0.52	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้ใช้บริการด้านการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) พบว่า ทั้ง 7 ด้าน มีระดับความคิดเห็นอยู่ใน ระดับเห็นด้วยมาก ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.42$, $SD = .44$) รองลงมา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.36$, $SD = .56$) รองลงมาได้แก่ ด้านบุคคล ($\bar{X} = 4.29$, $SD = .37$) รองลงมา ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 4.27$, $SD = .40$) ด้านส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.24$, $SD = .62$) ด้านนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.20$, $SD = .61$) และด้านราคา ($\bar{X} = 4.13$, $SD = 0.65$) ตามลำดับ

จากการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ ของปัจจัยด้านการบริหารที่มีผลต่อความสำเร็จของสินค้าประเภทผ้าไหมในกลุ่มจังหวัดนครชัยบุรินทร์ (Y) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับปัจจัยด้านความเป็นผู้นำ ด้านการมีส่วนร่วม ด้านการสร้างสรรค์ด้วยภูมิปัญญาและความแปลกใหม่ ด้านสมาชิก ด้านการเงิน ด้านการมีปฏิสัมพันธ์กับภายนอก ด้านการบริหารจัดการ ด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านแรงงาน ด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

3. ผลวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) ด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยวิธี Enter

ตารางที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT)

ปัจจัยส่วนผสม ทางการตลาด 7P	Unstandardized		Standardized		t	Sig	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients				Statistics	
	B	SE.	Beta				Toler.	VIF
(Constant)	2.977	0.281			10.576	.000		
ผลิตภัณฑ์	-0.076	0.038	-0.099	-1.991	.047*	0.917	1.091	
ราคา	0.056	0.027	0.108	2.093	.037*	0.849	1.178	
กายภาพ	0.042	0.03	0.076	1.413	0.159	0.775	1.29	
การตลาด	0.044	0.028	0.083	1.597	0.111	0.868	1.152	
กระบวนการ	0.144	0.043	0.174	3.369	.001*	0.851	1.175	
บุคคล	0.144	0.046	0.159	3.164	.002*	0.895	1.117	
การจัดจำหน่าย	-0.044	0.03	-0.075	-1.473	0.141	0.873	1.145	
R = .886 , R ² = .785 , Adjusted R Square = .780 ,SE = .320 F = 7.131 p-value = .000								

R = .886 , R² = .785 , Adjusted R Square = .780 , SE = .320 F = 7.131 p-value = .000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปัญหาความสัมพันธ์และความแปรปรวน ของตัวแปรด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่า ค่า Tolerance มากกว่า 0.19 และ ค่า VIF น้อยกว่า 5.3 แสดงว่า ไม่มีปัญหาภาวะร่วมพหุเชิงเส้น จึงสามารถทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณโดยใช้คำสั่ง Enter โดยใส่ตัวแปรเรียงตามลำดับตามกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ ซึ่งผลการวิเคราะห์ พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อมูลเหตุจูงใจในการใช้บริการธุรกิจนาเที่ยว ได้ค่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ตัว ที่สามารถอธิบายความแปรปรวน R² เท่ากับ .785 กล่าวได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน มีความสัมพันธ์กับการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดินได้ร้อยละ 78.5 ส่วนที่เหลือ 21.5 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่น โดยตัวแปรทั้ง 7 ตัวสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT ในระดับมาก (R>0.70) โดยปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน คือ ผลิตภัณฑ์ (Beta = -0.099) ราคา (Beta = 0.108) กระบวนการ (Beta = 0.174) และบุคคล (Beta = 0.159) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

เมื่อพิจารณาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ตัว พบว่า ตัวแปรที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT มากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านกระบวนการ(Process) (Beta=0.174) ซึ่งสอดคล้องกับ จิตติยา ศรีฤทธิประดิษฐ์ (2558) ที่พบว่า การเลือกใช้บริการยานพาหนะในด้านกระบวนการมีผลมากที่สุดซึ่งเป็นเพราะว่าการที่ผู้ใช้บริการพบว่ากระบวนการให้บริการประเภท

ยานพาหนะถ้ามีกระบวนการที่ดีก็จะส่งผลให้ผู้ใช้บริการมีความต้องการที่จะใช้บริการยานพาหนะต่อไปในอนาคตเนื่องด้วยมีความสะดวกสบายและมีความรวดเร็วในการให้บริการเป็นอย่างมาก โดยที่ปัจจัยด้านบุคคล ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการใช้บริการรองลงมาตามลำดับ โดยตัวแปรต้นที่มีผลต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ คำวิ สถิตย์เสมากุล (2558) ที่พบว่าตัวแปรที่มีผลต่อการใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน MRT ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคคล ปัจจัยด้านราคา และ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยมีระดับความพึงพอใจในระดับมากเป็นเพราะองค์ประกอบทั้ง 3 ด้านล้วนมีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกันการบริการต่างๆ เหล่านี้จะขาดองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งไม่ได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

- 1.1 ควรมีการเพิ่มกระบวนการในการให้บริการที่มีความสะดวกให้แก่ผู้ให้บริการมากยิ่งขึ้น
- 1.2 ควรมีการเพิ่มมาตรการการดูแลรักษาความปลอดภัยที่มีความเข้มงวดขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการเก็บรวบรวมข้อมูลทางช่องทางอื่นๆ นอกจากการกระจายแบบสอบถาม เพื่อให้ได้ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลาย และสามารถนำไปขยายผลเพื่ออธิบายข้อมูลปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) ได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2.2 เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการรถไฟฟ้าใต้ดิน (MRT) ควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ควบคู่ไปกับการแจกแบบสอบถาม เพื่อค้นหาข้อมูลที่เฉพาะเจาะจงที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เพื่อที่จะได้นำไปพัฒนา ปรับปรุง และ การบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดียิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- จิตติติยา ศรีฤทธิประดิษฐ์. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำภายในประเทศในเขตจังหวัดอุบลราชธานีของผู้โดยสารสายการบินนกแอร์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- คำวิ สถิตย์เสมากุล. (2558). การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าแอร์พอร์ต เรล ลิงค์ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา. (2547). การตลาดสำหรับการบริการ : แนวคิดและกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- รถไฟฟ้า ร.ฟ.ท. บจก. (2558). เกี่ยวกับองค์กร. [ออนไลน์]. สืบค้นจาก <http://www.srtet.co.th/index.php/th/about-history/about-project>. (วันที่ 28 มกราคม 2563)
- Kotler, P. (2012). “Marketing Management”, Pearson Education. New Jersey: Prentice Hall.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการให้บริการ และทัศนคติผู้ใช้บริการส่งผล
ต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายของผู้ใช้บริการ
ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา

The Marketing Mix Quality of Service and Attitude of Service Affects
The Decision to Use The Fitness Center In
Phra Nakhon Si Ayutthaya District

รักเกียรติ โรจน์กัญญาพร¹ จันทนา แสนสุข² วิทยา นามเสาร์²
ศิขรินทร์ เทียงทัต²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย 2) เพื่อศึกษาคุณภาพการบริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย 3) เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามในการเก็บรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือประชาชนที่มาใช้บริการสถานออกกำลังกาย ฟิตเนสในห้างสรรพสินค้า ในเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และ วิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย โดยมีระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วยด้านอุปกรณ์ในการออกกำลังกาย ด้านอัตราค่าบริการ ด้านสถานที่ออกกำลังกาย และด้านการส่งเสริมการขาย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย ซึ่งยอมรับสมมติฐาน

2. คุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย โดยมีระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณภาพการบริการ ประกอบด้วย

¹ อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

E-Mail: hart00998877@gmail.com

² อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการ และบรรยากาศในการให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย ซึ่งยอมรับสมมติฐาน

3. ทศนคติของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย โดยมีระดับความคิดเห็นภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ทศนคติของผู้ใช้บริการประกอบด้วย ด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการรับรู้ประโยชน์ของการออกกำลังกาย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย ซึ่งยอมรับสมมติฐาน

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด, คุณภาพการบริการ, ทศนคติของผู้ใช้บริการ, การตัดสินใจใช้บริการ

ABSTRACT

The purposes of this research were. 1) To study factors in the marketing mix affect the decision to use the gym. 2) To study the quality of service affect the decision to use the gym. 3) To study the attitude of users affect the decision to use the gym. The research instruments were questionnaire to collect data were analyzed by quantitative research was simple size from people who use the fitness facility Fitness in Department Stores in Phra Nakhon Si Ayutthaya District, 400 persons. The data analyzed by using computer software package. The statistic used in data analysis were descriptive statistics, using Person's Correlation Coefficient and Multiple Regression statistics.

Research finding were as follows:

1. The Marketing mix affecting the decision to use the gym were high level of opinions and overall. The result of hypothesis test found that Marketing mix factors consists of Exercise equipment, Service rates, Fitness place and Sale promotion affect the decision to use the gym hypothesis.

2. The Quality of service affect the decision to use the gym were high level of opinions and overall. The result of hypothesis test found that Quality of service consists of Service personnel, Process of service and Atmosphere of service affect the decision to use the gym hypothesis.

3. The attitude of users affect the decision to use the gym were high level of opinions and overall. The result of hypothesis test found that The attitude of users

consists of Image of the organization, Public relations and The perceived benefits of exercise affect the decision to use the gym hypothesis.

Keywords: Marketing Mix, Quality of Service, Attitude of users, Decisions of Service

บทนำ

ในปัจจุบันรูปแบบการดำเนินชีวิตของประชาชนเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เป็นผลมาจากความเปลี่ยนแปลงทั้งทางสังคม และเศรษฐกิจโดยรอบ การดำเนินชีวิตต้องเร่งรีบแข่งกับเวลา ก่อให้เกิดความเครียดจากการเรียน การทำงาน ปัญหาครอบครัว ปัญหาจากสังคม ดังนั้นการออกกำลังกายจึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้ร่างกายเกิดความแข็งแรง ช่วยสร้างภูมิคุ้มกันต่อโรคภัยต่างๆ การออกกำลังกายได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ รวมถึงทำให้มีสุขภาพจิตดีขึ้น ป้องกันโรคและเสริมสร้างระบบภูมิคุ้มกัน ตลอดจนสามารถลดความเครียดได้ ส่งผลให้ธุรกิจสถานบริการออกกำลังกาย (ฟิตเนส) มีปริมาณเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะเห็นได้ว่า ธุรกิจฟิตเนส เซ็นเตอร์ในประเทศไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีการขยายจำนวนสถานบริการที่เข้าถึงประชาชนได้มากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น จึงก่อให้เกิดการแข่งขันอย่างเข้มข้นของสถานบริการตามมาการลดราคาค่าบริการจึงเป็นกลยุทธ์เบื้องต้นที่บรรดาผู้ให้บริการฟิตเนสระดับกลางและระดับล่างนำมาใช้เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าใช้บริการได้ง่ายขึ้น (กองออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ, 2555) นอกจากนี้ผู้ให้บริการต้องปรับปรุงพัฒนารูปแบบการให้บริการ สถานที่ คุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค รวมทั้งต้องสร้างทัศนคติของผู้ใช้บริการให้เข้าใจและเห็นประโยชน์ของการออกกำลังกายในสถานบริการฟิตเนสมากขึ้น ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการบริการ และทัศนคติของผู้ใช้บริการ จึงมีอิทธิพลอย่างมากต่อกระบวนการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายฟิตเนสของผู้ใช้บริการ (วรท แสงสว่างวัฒนะ, 2558)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการบริการ และทัศนคติของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายของประชาชนในอำเภอพระนครศรีอยุธยา เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสถานออกกำลังกายได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจให้มีคุณภาพ สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการ ทำให้กลับมาใช้บริการได้อย่างต่อเนื่อง นำไปสู่ความได้เปรียบการแข่งขันอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย

2.2 เพื่อศึกษาคุณภาพการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย

2.3 เพื่อศึกษาทัศนคติของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสถานออกกำลังกาย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย

สมมติฐานที่ 1.1 อุปกรณ์ในการออกกำลังกายส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย

สมมติฐานที่ 1.2 อัตราค่าบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย

สมมติฐานที่ 1.3 สถานที่ในการใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย

สมมติฐานที่ 1.4 การส่งเสริมการขายส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย

สมมติฐานที่ 2.1 เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย

สมมติฐานที่ 2.2 กระบวนการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย

สมมติฐานที่ 2.3 บรรยากาศในการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย

สมมติฐานที่ 3 ทัศนคติของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการสถานออกกำลังกาย

สมมติฐานที่ 3.1 ภาพลักษณ์องค์กรส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย

สมมติฐานที่ 3.2 การประชาสัมพันธ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย

สมมติฐานที่ 3.3 การรับรู้ประโยชน์ของการออกกำลังกายส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย

ขอบเขตของปัญหา

1.ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือ ประชาชนที่มาใช้บริการสถานออกกำลังกาย ฟิตเนสในห้างสรรพสินค้าเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา ที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

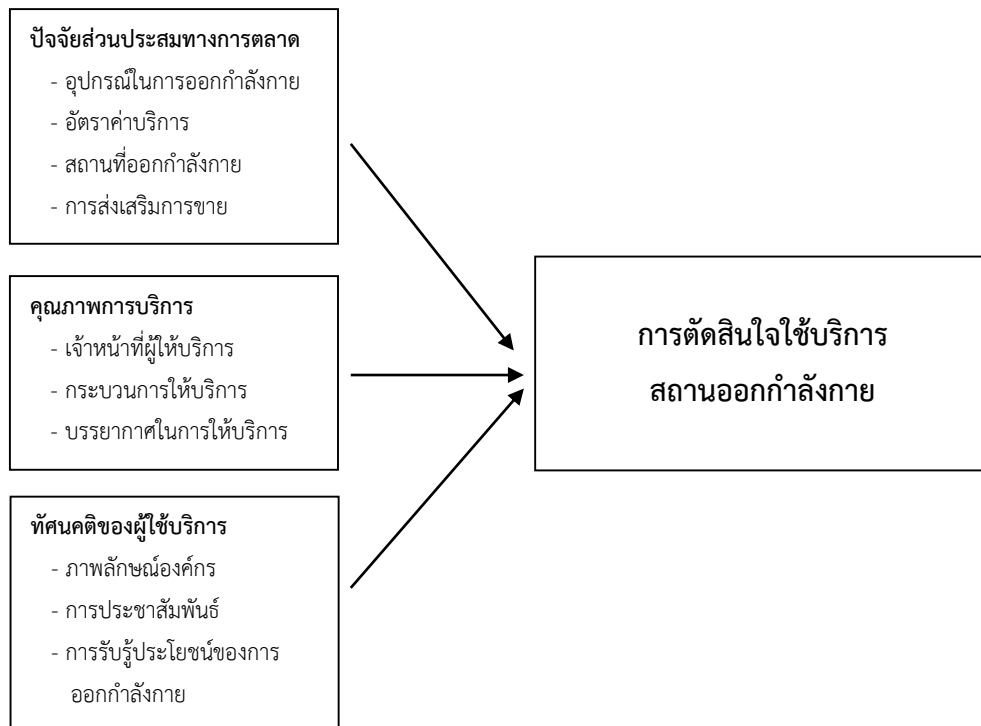
2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ประชาชนที่มาใช้บริการสถานออกกำลังกาย ฟิตเนสในห้างสรรพสินค้าเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา ที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย โดยการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi-Stage Random Sampling)

3. ตัวแปรที่ศึกษา

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการบริการ ทักษะของผู้ใช้บริการ

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจใช้บริการสถานออกกกำลังกาย



ภาพที่ 1 กรอบความคิดการวิจัย

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือ ประชาชนที่มาใช้บริการสถานออกกกำลังกาย ฟิตเนสในห้างสรรพสินค้าเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยา ที่ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่างคือ ประชาชนที่มาใช้บริการสถานออกกกำลังกาย ฟิตเนสในห้างสรรพสินค้าเขตอำเภอพระนครศรีอยุธยาจำนวน 400 ราย โดยคำนวณจากสูตรการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรของ Taro Yamane (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (ระดับนัยสำคัญ 0.05)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในครั้งนี้ ได้แก่

แบบสอบถามสอดคล้องตามกรอบแนวคิดและครอบคลุมกับประเด็นเนื้อหาและขอบเขตของงานวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังนี้ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ อุปกรณ์ในการออกกำลังกาย

อัตราค่าบริการ สถานที่ในการใช้บริการ และการส่งเสริมการขาย 3) แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ กระบวนการในการให้บริการ และบรรยากาศในการให้บริการ 4) แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติของผู้ใช้บริการ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ภาพลักษณ์องค์กร การประชาสัมพันธ์ และการรับรู้ประโยชน์ของการออกกำลังกาย 5) แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย และ 6) ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ สำหรับแบบสอบถาม ตอนที่ 2 - 5 เป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มีระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ได้แก่ 5 (มากที่สุด) 4 (มาก) 3 (ปานกลาง) 2 (น้อย) และ 1 (น้อยที่สุด)

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือดังนี้

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถาม เพื่อหาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับประเด็นที่ต้องการศึกษา ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามอยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00

2. การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) เพื่อให้ทราบว่าเครื่องมือวิจัยนั้นสามารถวัดสิ่งที่ต้องการจะวัดได้ตรงตามเกณฑ์ที่ต้องการ คือ ข้อคำถามส่งผลตรงตามเป้าหมายของสิ่งที่ต้องการจะวัดด้วยองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ผลการวิเคราะห์ได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) อยู่ระหว่าง 0.752 - 0.894 ซึ่งมากกว่า 0.4 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างสูง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้ผู้ที่มาใช้บริการสถานออกกำลังกายฟิตเนสในห้างสรรพสินค้าในอำเภอพระนครศรีอยุธยา จำนวน 4 แห่งๆ ละ 100 คน พร้อมตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามก่อนดำเนินการบันทึกลงในโปรแกรมคอมพิวเตอร์เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Person's Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และการทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 54.50 อายุระหว่าง 20 - 30 ปี จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 สถานภาพส่วนใหญ่อยู่ในสถานะโสด จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน จำนวน 262 คน คิดเป็น

ร้อยละ 65.50 อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.80

2. ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

2.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายของผู้ใช้บริการในอำเภอพระนครศรีอยุธยา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าอยู่ระหว่าง 0.411 – 0.690 ซึ่งไม่เกิน 0.8 แสดงว่าสามารถนำไปทดสอบด้วยการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณได้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	การตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย			
	สัมประสิทธิ์	ความคลาด	t	P - Value
	การถดถอย B	เคลื่อนมาตรฐาน		
ค่าคงที่ a	1.387	0.180	7.698	0.000
อุปกรณ์ในการออกกำลังกาย	0.275	0.065	4.245	0.000**
อัตราค่าบริการ	0.173	0.050	3.474	0.000**
สถานที่ออกกำลังกาย	0.101	0.055	1.817	0.007**
การส่งเสริมการขาย	0.134	0.034	3.946	0.000**
Adjusted R Square	0.38			

*ระดับนัยสำคัญ $P < 0.05$, **ระดับนัยสำคัญ $P < 0.01$

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ตัวแปรอิสระร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 38.0 โดยพิจารณาจากค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.38 และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าด้านอุปกรณ์ในการออกกำลังกาย ด้านอัตราค่าบริการ ด้านสถานที่ออกกำลังกาย และด้านการส่งเสริมการขาย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย ระดับนัยสำคัญ $P < 0.05$ และระดับนัยสำคัญ $P < 0.01$ ซึ่งยอมรับสมมติฐาน

2.2 คุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายของผู้ใช้บริการในอำเภอพระนครศรีอยุธยา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าอยู่ระหว่าง มีค่าอยู่ระหว่าง 0.537 - 0.642 ซึ่งไม่เกิน 0.8 ได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกกำลังกาย

คุณภาพการบริการ	การตัดสินใจใช้บริการสถานออกกกำลังกาย			
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน	t	P - Value
	การถดถอย B	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ a	1.145	0.162	7.063	0.000
เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ	0.095	0.048	1.976	0.049*
กระบวนการให้บริการ	0.307	0.046	6.675	0.000**
บรรยากาศในการให้บริการ	0.330	0.045	7.348	0.000**
Adjusted R Square 0.471				

*ระดับนัยสำคัญ $P < 0.05$, **ระดับนัยสำคัญ $P < 0.01$

ตารางที่ 2 คุณภาพการบริการ พบว่า ตัวแปรอิสระร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 47.1 โดยพิจารณาจากค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.471 และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ ด้านกระบวนการ และบรรยากาศในการให้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกกำลังกายที่ระดับนัยสำคัญ $P < 0.05$ และระดับนัยสำคัญ $P < 0.01$ ซึ่งยอมรับสมมติฐาน

2.3 ทศนคติของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกกำลังกายของผู้ใช้บริการในอำเภอพระนครศรีอยุธยา ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มีค่าอยู่ระหว่างมีค่าอยู่ระหว่าง 0.396 - 0.654 ซึ่งไม่เกิน 0.8 วิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ ตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 รายละเอียดผลการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ทัศนคติของผู้ใช้บริการ	การตัดสินใจใช้บริการสถานออกกกำลังกาย			
	สัมประสิทธิ์	ความคลาดเคลื่อน	t	P - Value
	การถดถอย B	มาตรฐาน		
ค่าคงที่ a	1.106	0.160	6.927	0.000
ภาพลักษณ์องค์กร	0.381	0.044	8.661	0.000**
การประชาสัมพันธ์	0.118	0.035	3.371	0.001**
การรับรู้ประโยชน์ของการออกกกำลังกาย	0.231	0.040	5.767	0.000**
Adjusted R Square 0.703				

*ระดับนัยสำคัญ $P < 0.05$, **ระดับนัยสำคัญ $P < 0.01$

ตารางที่ 3 ทศนคติของผู้ใช้บริการ พบว่า ตัวแปรอิสระร่วมกันพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 70.3 โดยพิจารณาจากค่า Adjusted R Square เท่ากับ 0.703 และเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ด้านภาพลักษณ์องค์กร ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการรับรู้ประโยชน์ของการออกกำลังกาย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายที่ระดับนัยสำคัญ $P < 0.05$ และระดับนัยสำคัญ $P < 0.01$ ซึ่งยอมรับสมมติฐาน

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย ผลการวิจัยดังนี้

1.1 ด้านอุปกรณในการออกกำลังกาย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย เนื่องจากอุปกรณ์การออกกำลังกายเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจต่อผู้ใช้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการอย่างเต็มที่ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความรู้สึกสนุกและเพลิดเพลิน กับการออกกำลังกายมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศมณี ใจจันทร์ (2551) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการ เลือกใช้บริการ ฟิตเนสของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า อุปกรณในการออกกำลังกายที่มีมาตรฐาน คุณภาพดี ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทุกสัดส่วนส่งผลต่อการตัดสินใจเพื่อบริการฟิตเนสเซ็นเตอร์

1.2 อัตราค่าบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย เนื่องจาก ปัจจุบันมีสถานบริการออกกำลังกายจำนวนมากทั้งสถานที่ออกกำลังกายที่ไม่เสียค่าบริการ และที่ต้องเสียค่าบริการ ซึ่งผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้บริการได้ตามความพอใจของตน สำหรับสถานออกกำลังกายที่ไม่เสียค่าบริการก็มีให้เลือกมากเช่นเดียวกัน ซึ่งแต่ละแห่งมีคุณภาพไม่แตกต่างกัน ดังนั้นเมื่อผู้ใช้บริการมองเห็นว่าทุกแห่งมีคุณภาพใกล้เคียงกัน จึงมีโอกาที่จะเลือกใช้บริการในสถานบริการที่อัตราค่าบริการถูกกว่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (จิรติพา เรืองกล, 2558) ได้ศึกษาส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพในการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าวิฟิตเนสไฮโซตี้ กรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านราคาส่งผลต่อการเลือกใช้บริการสถานที่ออกกำลังกาย คือค่าสมัครสมาชิกราคาในราคาที่ถูกกว่าจะส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย

1.3 ด้านสถานที่ออกกำลังกาย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย เนื่องจากสถานออกกำลังกาย ในปัจจุบันมีหลายแห่งให้เลือกใช้ให้บริการได้ ดังนั้น ลูกค้าจึงให้ความสำคัญกับสถานออกกำลังกายที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ใกล้ที่พักหรือสถานที่ทำงาน การเดินทางสะดวกสบาย มีสถานที่จอดรถเพียงพอ การกำหนดกลยุทธ์ในเรื่องนี้ ควรเริ่มตั้งแต่การเลือกทำเลที่ตั้ง ซึ่งสถานที่ออกกำลังกายขนาดเล็กเปิดให้บริการในแหล่งชุมชนหรือใกล้สถานที่ทำงานได้ เป็นการอำนวยความสะดวกแก่การเดินทางไปใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับเกศมณี ใจจันทร์ (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการ เลือกใช้บริการ ฟิตเนสของผู้บริโภคในอำเภอเมือง

จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ที่ตั้งของสถานบริการฟิตเนส อยู่ใกล้กับสถานที่ทำงานบ้าน ที่ตั้งมีที่จอดรถ สะดวกปลอดภัยและเพียงพอ และที่ตั้งอยู่บนถนนที่มีการคมนาคมสะดวก

1.4 ด้านการส่งเสริมการขาย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย เนื่องจาก สถานที่ออกกำลังกายมีการแข่งขันกันสูง เกี่ยวกับการส่งเสริมการขายให้กับผู้เข้าใช้บริการ จึงทำให้มีการจัดโปรโมชั่นในการสมัครเข้าเป็นสมาชิกที่หลากหลาย ในการเข้ารับบริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภา พึ่งบางกรวย (2552) ได้ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ในกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ประกอบการจัดการส่งเสริมการขายที่มีความเหมาะสมต่อผู้เข้าใช้บริการ ในการสมัครเข้าเป็นสมาชิก และมีการสะสมแต้มหรือคะแนนในบัตรสมาชิกส่งผลต่อการตัดสินใจในการเข้าใช้บริการ

2. ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย ผลการวิจัยดังนี้

2.1 ด้านเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย เนื่องจาก สถานบริการออกกำลังกายหลายแห่งในปัจจุบันมุ่งเน้นการให้บริการที่สร้างความประทับใจให้กับผู้ให้บริการ โดยส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการนำความรู้หรือประสบการณ์ที่มีอยู่ในตัวของแต่ละบุคคลมาใช้ในการปฏิบัติงานจริง พนักงานให้ความใส่ใจกับลูกค้าด้วยดีอย่างเท่าเทียมกัน จึงส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิโรจน์ พรวิจิตรจินดา (2556) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกาย กรณีศึกษาทรูฟิตเนสและฟิตเนสเพิร์ส พบว่าปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการในเรื่องความสามารถของพนักงานในการแก้ปัญหาเฉพาะหน้า การให้บริการลูกค้าด้วยความรวดเร็ว และถูกต้องตรงตามต้องการของผู้ใช้บริการ ส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ

2.2 ด้านกระบวนการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย เนื่องจาก ปัจจุบันความเจริญทางเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าอย่างมาก และสามารถเข้ามาช่วยการปฏิบัติงานในหน่วยงานต่างๆ ทำให้เกิดความรวดเร็วมากขึ้น ปัจจัยสำคัญ สถานบริการใดยังยึดติดอยู่กับการรูปแบบการบริการเดิมที่ยุ่งยากซับซ้อน ดังนั้น สถานออกกำลังกายที่มีกระบวนการในการสมัครเข้าเป็นสมาชิก มีขั้นตอนในการใช้บริการที่ชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน จะทำให้ผู้เข้าใช้บริการเกิดการประทับใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทธิธีรา พระราช (2559) ที่ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการ ฟิตเนส REAL GYM รามคำแหง กรุงเทพมหานคร พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับการสามารถ ชำระค่าบริการฟิตเนสได้สะดวก การกำหนดกลยุทธ์นี้ควรมีกระบวนการในการชำระค่าบริการฟิตเนสที่มีระบบ ได้มาตรฐาน สะดวกต่อ

2.3 ด้านบรรยากาศในการให้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย เนื่องจาก สถานออกกำลังกายที่มีสภาพแวดล้อมสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย ปลอดภัย มีอากาศถ่ายเทสะดวก ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกผ่อนคลาย ลดความตึงเครียดจากการปฏิบัติงานอย่างหนักมา

ตลอดทั้งวัน จึงทำให้ผู้ใช้บริการมีความรู้สึกที่ดีต่อสถานออกกำลังกายนั้น รู้สึกสบายใจ บรรยากาศในการให้บริการจึงเป็นสิ่งดึงดูดใจต่อผู้ใช้บริการได้เป็นอย่างดี ส่งผลให้มีการบอกต่อได้อีกด้วย สอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศมณี ใจจันทร์ (2551) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนส ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งนำเสนอทางกายภาพ ได้แก่บรรยากาศภายในฟิตเนสเป็นสิ่งสำคัญต่อผู้ใช้บริการ เพราะการมีบรรยากาศที่ดีทำให้ผู้ใช้บริการมีความสุขเมื่อได้มาออกกำลังกาย

3. ผลการวิเคราะห์ทัศนคติของผู้ใช้บริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย ผลการวิจัยดังนี้

3.1 ด้านภาพลักษณ์องค์กร ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย เนื่องจากภาพลักษณ์องค์กรเป็นปัจจัยสำคัญต่อผู้ประกอบการซึ่งทำให้ผู้ใช้บริการเกิดการไว้วางใจต่อสถานที่ออกกำลังกาย สถานที่ออกกำลังกายที่ได้รับการรับรองคุณภาพและมาตรฐานในภาพรวมต่างๆ ส่งผลให้ผู้ใช้บริการเกิดความเชื่อมั่น ไว้วางใจในการบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สรายุทธ เกศโสภาสฤชต์ (2558) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะจงรักภักดี ในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะจงรักภักดี ในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

3.2 ด้านการประชาสัมพันธ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย เนื่องจาก การประชาสัมพันธ์ของสถานออกกำลังกายโดยใช้สื่อต่างๆ สื่อสิ่งพิมพ์ สื่อออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในปัจจุบัน รวมทั้งการจัดบูทสโตนงานอีเว้นท์ต่างๆ ล้วนทำให้ผู้ใช้บริการได้รับรู้ข้อมูลข่าวสาร การให้บริการที่แตกต่างได้ง่ายขึ้น สอดคล้องวิจัยของ ไตรรัตน์ นรเศรษฐกานนท์ (2558) เรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (Fitness Center) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าการประชาสัมพันธ์มีประโยชน์ต่อผู้เข้ามาใช้บริการ เพราะทำให้ผู้ใช้บริการได้รับรู้ข่าวสารของสถานที่ออกกำลังกายทั้งทางออนไลน์ และการจัดงานอีเว้นท์ มาร์เก็ตติ้งเป็นการเข้าถึงตัวลูกค้ามากขึ้น

3.3 การรับรู้ประโยชน์ของการออกกำลังกาย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย เนื่องจากในปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพมากขึ้น จะเห็นได้ว่าสถานที่ออกกำลังกายต่างๆ ทั้งสนามกีฬา สวนสาธารณะที่ใช้บริการได้ฟรี และสถานออกกำลังกายที่มีอัตราค่าบริการ มีผู้ใช้บริการเป็นจำนวนมาก จากการที่บุคคลนิยมรักสุขภาพมาก ช่วยเสริมสร้างความสมดุลของกล้ามเนื้อให้มีความแข็งแรง การออกกำลังกายช่วยทำให้รู้สึกผ่อนคลาย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สรายุทธ เกศโสภาสฤชต์ (2558) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะจงรักภักดี ในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร

พบว่า มีเพียงปัจจัยบุคลิกภาพ ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปัจจัยความปลอดภัย ปัจจัยสุขภาพและสมรรถภาพทางร่างกาย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการอย่างมาก ถ้าสถานออกกำลังกายฟิตเนต มีอุปกรณ์ และสถานที่ออกกำลังกายที่ดี ทันสมัย ปลอดภัย และตรงตามความต้องการของผู้ใช้บริการ จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้ผู้มาใช้บริการมากขึ้น ในขณะเดียวกันอัตราค่าบริการ และการโปรโมชันต่างๆ ต้องมีความเหมาะสม เนื่องจากสถานออกกำลังกายมีการแข่งขันสูง ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการดูแลรักษา อุปกรณ์การออกกำลังกายที่ได้มาตรฐาน สร้างกลยุทธ์ในการแข่งขันโดยการส่งเสริมโปรโมชันในเทศกาลต่างๆ พร้อมกับกำหนดอัตราค่าบริการที่เป็นธรรม ที่ทำให้ผู้ใช้บริการรับรู้ได้ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจและพึงพอใจที่จะเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง

2) คุณภาพการบริการ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ กระบวนการให้บริการ และบรรยากาศในการให้บริการ เป็นปัจจัยสำคัญเช่นเดียวกัน ที่ทำให้ผู้ใช้บริการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกาย ดังนั้น สถานออกกำลังกายควรคัดเลือกบุคลากรที่มีใจบริการเข้ามาทำงาน พัฒนาฝึกอบรมให้มีความรู้ มีทักษะเพียงพอในการที่จะแนะนำให้คำปรึกษาในการออกกำลังกายให้ปลอดภัย และพร้อมที่จะช่วยเหลือในทุกกรณี ความชัดเจน ดูแลรักษาบรรยากาศในการให้บริการอย่างเป็นธรรม และเท่าเทียมกันมีความเสมอต้นเสมอปลาย

3) ทศนคติของผู้ใช้บริการ ได้แก่ ความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อภาพลักษณ์องค์กร การประชาสัมพันธ์ และการรับรู้ประโยชน์ของการออกกำลังกาย ซึ่งสถานออกกำลังกายควรสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรให้มีความเป็นเอกลักษณ์ และจดจำได้ง่าย สร้างจุดเด่นที่แตกต่างและทันสมัย ส่งเสริมด้วยการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงทุกคนได้อย่างรวดเร็ว ทัวถึง การจัด Event Marketing ต่างๆ เป็นแรงกระตุ้นให้บุคคลเกิดความตระหนักในการออกกำลังกาย เพื่อดูแลรักษาสุขภาพของตนให้แข็งแรงสมบูรณ์

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการบริการ และทัศนคติของผู้ใช้บริการสถานออกกำลังกาย ในอำเภอพระนครศรีอยุธยา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งข้อมูลที่ได้มายังไม่ครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา ดังนั้นในวิจัยครั้งต่อไป อาจผสมผสานวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์ร่วมด้วย จะทำให้ได้ประเด็นที่ครอบคลุมตรงตามความต้องการมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะเป็นการยืนยันผลการวิจัยเชิงปริมาณได้อย่างดียิ่งด้วย

บรรณานุกรม

- เกษมณี ใจจันทร์. (2551). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการฟิตเนสของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิราภา พึ่งบางกรวย. (2552). ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ในกรุงเทพมหานคร. ปีที่15. ฉบับที่1. กรุงเทพมหานคร.
- จิรติพา เรืองกล. (2558) ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพในการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า วิ ฟิตเนส โซไฮตี้ กรุงเทพมหานครฯ การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ไตรรัตน์ นรเศรษฐกานนท์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานออกกำลังกายขนาดใหญ่ (Fitness Center) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พัทธ์ธีรา พระราช. (2559). ปัจจัยรายด้านมาตรฐานฟิตเนสที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสกรมอนามัย. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วรท แสงสว่างวัฒนะ. (2558). รูปแบบการดำเนินชีวิตและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานที่ออกกำลังกายของกลุ่มผู้บริโภคที่เคยใช้บริการสถานที่ออกกำลังกาย ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิโรจน์ พรวิจิตรจินดา. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสถานออกกำลังกายกรณีศึกษาทูลุ ฟิตเนสและฟิตเนส เฟิร์สท์. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สรายุทธ เกศโสภาสฤษฐ์. (2558). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจที่จะจรรู้กักตัก ในการใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ของผู้บริโภคในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ The Satisfaction of Dream World Theme Park Users

อิสรา ศิรมณรัตน์¹ พรนภา ธนโพธิ์รัตน์² ทิพย์วดี ศรีสมทรัพย์³

บทคัดย่อ

การค้นคว้าวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ และ 3) เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาการให้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยครั้งนี้เป็นผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 100 ชุด เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนแบบมาตรฐาน และ t-test, f-test (One-Way ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่าความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ พอใจการให้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก 5 ด้าน และปานกลาง 1 ด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคาและด้านการส่งเสริมการตลาด โดยด้านสถานที่ ผู้ใช้บริการสวนสนุก ดรีมเวิลด์มีความพึงพอใจในเรื่อง สถานที่เข้าถึงได้ง่าย สถานที่ที่มีความสะดวกสบาย สถานที่ที่มีความสวยงาม ป้ายบอกทางไปยังเครื่องเล่นภายในสวนสนุกเข้าใจได้ง่าย จากสมมุติฐานพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ, ผู้ใช้บริการ, สวนสนุก

Abstract

The purpose of this research were 1) to study the satisfaction of Dream World theme park users, 2) to study the personal factors that affect the satisfaction of Dream World theme park users and 3) to set guidelines for the development of Dream World

¹ (อาจารย์) ภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี E-Mail: issara_s@rmutt.ac.th

² (อาจารย์) สาขาวิชาการจัดการการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
E-Mail: pornnapa_t@rmutt.ac.th

³ (นักศึกษาระดับปริญญาตรี) สาขาวิชาการจัดการการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

theme park service. The samples used in this research were the people who come to use the Dream World theme park. A questionnaire was used as a research instrument in 100 sets for applying to analyze the frequency, percentage, standard deviation (S.D.) and hypotheses testing used t-test and f-test, one-way ANOVA analysis.

The results were the satisfaction of Dream World theme park users overall was at a high level; satisfied with the service. When considering each aspect found that there were 5 sides at a high level and 1 side at a moderate level. Which can be arranged in descending orders as follows: location, service process, personnel, product, price, and marketing promotion. In terms of location found that Dream World theme park users were satisfied with easy to reach places, convenient, beautiful places and signs of rides in the theme park are easy to understand. From the hypothesis found that gender, age, education background, occupation, status, monthly income affected the satisfaction of Dream World theme park users.

Keywords: Satisfaction, Service users, Theme park

บทนำ

ธุรกิจสวนสนุกในแต่ละปีมูลค่าเม็ดเงินประมาณกว่า 1 หมื่นล้านบาทที่ไหลเวียนเข้าสู่ธุรกิจสวนสนุกของเมืองไทยผสมกับยอดตัวเลขนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 10 ในทุกๆ ปี เชื่อได้ว่าการมียอดรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นนี้ ส่งผลให้ผู้ประกอบการสวนสนุกในเมืองไทยต้องปรับกระบวนการแข่งขันเข้าพาดพิงกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะจุดขายใหม่ประเภทเครื่องเล่นที่เริ่มเห็นภาพการแข่งขันที่ชัดเจนมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ตลาดของสวนสนุกซึ่งเป็นแหล่งพักผ่อนในเมืองไทยยังถือว่ามีแนวโน้มเติบโตได้อีก เนื่องจากเมื่อพิจารณาจากจำนวนประชากรของไทยกับจำนวนสวนสนุกขนาดใหญ่ที่มีอยู่และขนาดพื้นที่ถือว่ายังน้อยมาก ซึ่งเป้าหมายหลักของตลาดสวนสนุกคือนักท่องเที่ยวประเภทครอบครัว รองลงมาคือกลุ่มวัยรุ่น วัยเริ่มต้นทำงาน ไม่ได้ลดน้อยลงไปตามสภาพเศรษฐกิจ ขณะเดียวกันการมีสถานที่ท่องเที่ยวประเภทให้ความบันเทิงกลับมีอยู่อย่างจำกัด ส่งผลให้คู่แข่งแต่ละค่ายที่เปิดให้บริการต่างต้องเตรียมความพร้อมเพื่อแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดนี้เอาไว้ในมือให้นานที่สุด

การพัฒนาและปรับปรุงองค์กรเริ่มมีให้เห็นกันอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเฉพาะธุรกิจสวนสนุกที่ดูจะมีการแข่งขันกันมากขึ้นเป็นพิเศษ เพราะมีช่วงโอกาสที่จะสามารถเม็ดเงินได้ตลอดทั้งปี จึงไม่แปลกที่ในช่วง 1 ปีที่แล้ว มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของสวนสนุก ดรีมเวิลด์ ด้วยการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ เข้ามาใช้ในการ

บริหารงานเพื่อตอบสนองให้ตรงกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนการสร้าง ความพึงพอใจสูงสุด ธุรกิจจึงต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าเป็นหลักและจะต้องคำนึงถึงพฤติกรรม ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น ชอบความท้าทาย ความสนุกตื่นเต้น รวมทั้งความ ปลอดภัยที่เพิ่มมากขึ้นอีกด้วย (ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2547)

สวนสนุก ดรีมเวิลด์ เป็นธุรกิจหนึ่งที่เปิดให้บริการด้านความบันเทิง เช่นเดียวกับธุรกิจสวน สนุกทั่วไป โดยมีบุคลากรที่ปฏิบัติหน้าที่ประจำทำหน้าที่ปฏิบัติงานต่างๆภายในสวนสนุก ซึ่งบุคลากร ทั้งหลายเหล่านี้จะต้องได้รับการฝึกอบรมพัฒนาฝึกฝนตนเองในการปฏิบัติงานเพื่อสร้างความ ปลอดภัย ความพึงพอใจและความประทับใจให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการได้กลับมาใช้บริการอีก การ พัฒนาธุรกิจสวนสนุกที่ดำเนินกิจกรรมประเภทการให้บริการด้านความบันเทิงที่มีประสิทธิ ภาพได้ มาตรฐานตลอดจนสามารถควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ขององค์กรตามที่วางไว้ องค์กรจะประสบความสำเร็จได้มิใช่ขึ้นอยู่กับความรู้ความสามารถและความชำนาญ ของบุคคลเพียง อย่างเดียว สถานะบริการด้านความบันเทิงจะต้องมีองค์ประกอบในหลายๆ ฉะนั้น เป้าหมายในการ พัฒนาธุรกิจสวนสนุกให้มีคุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ และสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้กับ ผู้ใช้บริการได้นั้น

ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญที่จะศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์และเป็น แนวทางในการพัฒนาการให้บริการเชิงนโยบายกับผู้บริหารสวนสนุกดรีมเวิลด์ เพื่อเป็นข้อมูลให้ ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจถึงความต้องการของผู้ใช้บริการและนำไปเป็นข้อมูลปรับปรุงการให้ บริการ ซึ่งย่อมส่งผลดีต่อผู้ประกอบการและผู้ให้บริการทั้งสองฝ่าย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์
3. เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาการให้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์

ขอบเขตปัญหาการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้การศึกษาเรื่องความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ โดยวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์และ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (product) ด้านราคา (price) ด้านสถานที่ (place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) ด้านบุคลากร (person) ด้าน กระบวนการให้บริการ (process)

สมมติฐานการวิจัย

เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกันส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์แตกต่างกัน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ธมกร ดุลยปรณชัย (2556) กล่าวว่า ความพึงพอใจความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง รวมถึงความรู้สึกที่เป็นสุขหรือยินดีที่ได้รับการตอบสนองความต้องการในสิ่งที่ขาดหายไป โดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่าว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นได้เน้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

วนิชา ศรีตะปัญญะ (2551) กล่าวว่า ความพึงพอใจความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเกิดจากพื้นฐานการรับรู้ ค่านิยม และประสบการณ์ ที่แต่ละบุคคลได้รับและจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกัน

ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ (2547) กล่าวว่า ความพอใจหลังการซื้อของลูกค้าขึ้นอยู่กับ การปฏิบัติที่เป็นไปตามความคาดหวัง โดยทั่วไปแล้วความพึงพอใจ (Satisfaction) เป็นความรู้สึกของบุคคลที่แสดงความยินดีหรือผิดหวังอันเป็นผลมาจากการเปรียบเทียบผลลัพธ์ที่ได้จากการใช้สินค้าหรือบริการกับความคาดหวังจากแนวคิด

ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสรุปความหมายของความพึงพอใจได้ว่า เป็นอย่างไรก็ตามความรู้สึกที่ดีและมีความสุขที่เกิดขึ้นจากการบริการที่ลูกค้าได้รับ และการบริการที่ลูกค้าคาดหวัง หากบริการที่ลูกค้าได้รับสูงกว่าความคาดหวังมากจะก่อให้เกิดความพึงพอใจมากลูกค้าจะแสดงออกด้วยการใช้บริการซ้ำ จนถึงการบอกปากต่อปากในด้านดีในทางตรงกันข้ามหากบริการที่ลูกค้าได้รับต่ำกว่าความคาดหวังมาก ลูกค้าจะรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการบริการที่ได้รับ ลูกค้าจะแสวงหาผู้ให้บริการรายใหม่ที่สามารถตอบสนองการบริการที่ตนคาดหวังและทำการบอกต่อไปยังกลุ่มคนรอบๆ อีกด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2549) กล่าวว่า เครื่องมือของการตลาดที่สำคัญที่สุดคือ ส่วนประสมทางการตลาดมีลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างจากสินค้าและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการที่บริษัทนำเสนอให้กับลูกค้าพึงพอใจ
2. ราคา (Price) หมายถึง ราคาของสินค้าและบริการรวมทั้งเงื่อนไขต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการชำระเงิน
3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง บทบาทหน้าที่ด้านการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคขึ้นอยู่กับลักษณะของการบริการความจำเป็น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การสื่อสารทางการตลาด สำหรับสินค้าและบริการ
5. บุคลากร (People) หมายถึง บุคคลทุกๆ คนที่มีส่วนร่วมในกระบวนการให้บริการซึ่งรวมถึงพนักงาน
6. กระบวนการให้บริการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนหรือกระบวนการในการให้บริการ และการนำเสนอบริการให้กับลูกค้า
7. สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับการให้บริการและกิจการมีปฏิสัมพันธ์กันและองค์ประกอบที่จับต้อง

อย่างไรก็ตามความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเป็นความรู้สึกที่ดีและมีความสุขของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งใช้ในการวิจัยประกอบด้วย ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อราคา ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อช่องทางการจัดจำหน่าย ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการส่งเสริมการตลาด ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบุคลากรหรือพนักงาน ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อกระบวนการให้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ เป็นต้น

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรที่ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งหมดเป็นขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด ซึ่งผู้วิจัยเก็บกลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งสิ้น 100 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ จากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนในการสร้างแบบสอบถาม แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามปลายปิดให้เลือกตอบเพียงข้อเดียวมีจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานะภาพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในอุปกรณ์เครื่องเล่น โดยเรียงลำดับความพึงพอใจจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด กำหนดลำดับ 1-5 จำนวน 2 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบคำตอบโดยเป็นคำถามปลายปิด (Close-End Questionnaire) มีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเป็นคำถามวัดความพึงพอใจในการใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ ลักษณะเป็นแบบสอบถามตามกระบวนการสร้าง Rating Scale

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความปลอดภัยของอุปกรณ์เครื่องเล่น

3. การทดสอบเครื่องมือการวิจัย

3.1 การหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยการตรวจสอบแบบสอบถามที่สร้างขึ้นว่า สอดคล้องกับสมมติฐานหรือไม่ซึ่งเป็นการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหาและภาษาจากนั้นนำแบบสอบถามไปปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อให้ได้แบบสอบถามที่ถูกต้องยิ่งขึ้นโดยพิจารณาจากความสัมพันธ์ระหว่างคำถามกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาค้นคว้างานวิจัยหรือดัชนีความเหมาะสม (IOC: Index of Item Objective Congruence)

3.2 ความทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อให้เครื่องมือมีประสิทธิภาพที่ดีในการเก็บรวบรวมข้อมูลและสามารถนำข้อมูลต่างๆที่ได้ไปใช้ประโยชน์

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีสัมภาษณ์ในสถานที่ที่เลือกทำการวิจัยจนครบจำนวนทั้งสิ้น 100 ชุด ที่สวนสนุกดรีมเวิลด์

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ โดยกำหนดสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ การวิเคราะห์ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติ t-test f-test Anova ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 20-39 ปี รองลงมาคืออายุต่ำกว่า 20 ปี และอายุ 40-59 ปี ตามลำดับ ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา รองลงมาคืออาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทเอกชน และอาชีพอื่นๆ ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด รองลงมาสถานภาพสมรส สถานภาพหย่าร้าง หม้าย และแยกกันอยู่ ตามลำดับ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อวันเดือนต่ำกว่าหรือเทียบเท่า 15,000 บาท รองลงมาเป็น 15,001- 30,000 บาท 30,001-45,000 บาท 45,001 -60,000 บาท และ 60,001 บาทขึ้นไป ตามลำดับ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจในอุปกรณ์เครื่องเล่นของกลุ่มตัวอย่างผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์

ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ ด้านผลิตภัณฑ์มีภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X}=3.78$, S.D. = 0.11) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความปลอดภัยของเครื่องเล่น ($\bar{X}=4.01$) ความหลากหลายของเครื่องเล่น ($\bar{X}=3.98$) ความสวยงามของเครื่องเล่น ($\bar{X}=3.94$) ความทันสมัยของเครื่องเล่น ($\bar{X}=3.53$) ความสะอาดของเครื่องเล่น ($\bar{X}=3.43$)

ด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ ของปัจจัยด้านราคา มีภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.62$, S.D.= 0.07) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ส่วนลดพิเศษเมื่อมาใช้บริการแบบหมู่คณะ ($\bar{X}=3.75$, S.D.= 0.85) ส่วนลดพิเศษสำหรับผู้สูงอายุ ($\bar{X}=3.60$, S.D.= 0.82) ราคาบัตรมีความคุ้มค่า ($\bar{X}=3.56$, S.D.= 0.71) และราคาบัตรมีความเหมาะสมต่อการใช้บริการ ($\bar{X}=3.56$, S.D.= 0.71)

ด้านสถานที่ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ของปัจจัยด้านสถานที่ ภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=4.16$, S.D.= 0.06) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สถานที่เข้าถึงได้ง่าย ($\bar{X}=4.43$, S.D.= 0.70) สถานที่มีความสวยงาม ($\bar{X}=4.23$, S.D.= 0.83) สถานที่มีความสะดวกสบาย ($\bar{X}=4.07$, S.D.= 0.71) และป้ายบอกทางไปยังเครื่องเล่นภายในสวนสนุกเข้าใจได้ง่าย ($\bar{X}=3.91$, S.D.= 0.76)

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ของปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.53$, S.D.= 0.13) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือมีการจัดโปรโมชั่นลดราคาบัตรช่วงวันหยุดเป็นพิเศษ ($\bar{X}=4.03$, S.D.= 0.83) รองลงมาการโฆษณาผ่านสื่อต่างๆ ($\bar{X}=3.32$, S.D.= 1.04) และการแจกใบปลิวตามห้างสรรพสินค้า ($\bar{X}=2.85$, S.D.= 0.97)

ด้านบุคลากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ของปัจจัยด้านบุคลากร ภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=3.98$, S.D.= 0.02) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือพนักงานให้บริการอย่างสุภาพอ่อนน้อม ($\bar{X}=4.07$, S.D.= 0.72) พนักงานให้บริการด้วยความเชี่ยวชาญ ($\bar{X}=4.02$, S.D.= 0.72) และพนักงานให้บริการลูกค้าอย่างเท่าเทียม ($\bar{X}=3.93$, S.D.= 0.76)

ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ของปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ ภาพรวมอยู่ระดับมาก ($\bar{X}=4.09$, S.D.= 0.08) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือพนักงานมีกระบวนการตรวจเช็คอุปกรณ์ก่อนการให้บริการ ($\bar{X}=4.20$, S.D.= 0.71) พนักงานมีกระบวนการตรวจสอบความปลอดภัยให้ลูกค้า ($\bar{X}=4.06$, S.D.= 0.76) พนักงานมีกระบวนการให้คำแนะนำก่อนใช้บริการเครื่องเล่น ($\bar{X}=4.02$, S.D.= 0.87)

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ที่แตกต่างกัน พบว่าเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ต่างกันของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ มีความพึงพอใจในการใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ไม่แตกต่างกัน

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจของการใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ได้รับความสุขและได้รับความรู้สึกด้านบวกมากกว่าความรู้สึกด้านลบ สอดคล้องกับแนวคิดของ Shelley, Maynard W. (1975) ที่กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวกและความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกซับซ้อนและความสุขจะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ อาจกล่าวได้ว่าความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกและความสุขมีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อนและระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสาม เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกในทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ จะเห็นได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อได้รับในสิ่งที่บรรลุจุดหมายในระดับหนึ่ง และจะลดลงเมื่อจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง เมื่อจำแนกออกเป็นรายข้อพบว่า

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ด้านผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ได้รับความพึงพอใจตามความคาดหวังหรือได้รับความพึงพอใจเกินความคาดหวังที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler, Philip.(2003). ที่กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลซึ่งมีระดับความพึงพอใจที่เป็นผลมาจากการเปรียบเทียบการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นและเข้าใจกับความคาดหวัง ดังนั้นระดับความพึงพอใจ จึงเป็นปัจจัยของความแตกต่างระหว่างการทำงานที่มองเห็นและความเข้าใจกับความคาดหวังหากบุคคลเห็นและเข้าใจการทำงานของผลิตภัณฑ์ว่าต่ำกว่าความคาดหวังจะส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความไม่พอใจ แต่หากระดับของการเห็นและความเข้าใจของผลิตภัณฑ์ว่าตรงกับความคาดหวังจะส่งผลให้บุคคลนั้นเกิดความพึงพอใจ (Satisfaction) และถ้าผลที่ได้รับจากการทำงานของผลิตภัณฑ์ว่าสูงกว่าความคาดหวังจะทำให้เกิดความประทับใจ (Delight) ซึ่งจะส่งผลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าและประชาสัมพันธ์ถึงข้อดีของผลิตภัณฑ์ต่อบุคคลอื่นต่อไป

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ด้านราคาอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์มีความพึงพอใจต่ออัตราค่าบริการที่ทางสวนสนุกดรีมเวิลด์ ว่า

มีคุณค่าของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมต่อความต้องการของผู้ใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2546) ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบตัวเงิน ราคาเป็น P ตัวที่สองที่เกิดขึ้นถัดจาก Produce ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าโดยผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ด้านสถานที่อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ให้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ไม่ได้ต้องการความพึงพอใจจากการบริการเพียงอย่างเดียว ซึ่งรวมไปถึงความสุขที่ได้รับจากสถานที่นั้นตามความคาดหวังหรือเกินความคาดหวังที่ตั้งไว้ (เครือวัลย์ ทัพวันษ์, 2548)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่ากลุ่มลูกค้าได้รับการปฏิสัมพันธ์จากทางพนักงานบริการ ทางสมาคมการตลาดแห่งสหรัฐอเมริกา ได้ให้ความหมายของการให้บริการว่า กิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจซึ่งนำเสนอเพื่อขายตรงหรือจัดขึ้นร่วมกับการนำเสนอและการขายสินค้า สอดคล้องกับแนวคิดของ (Kotler, Philip, 2003) กล่าวไว้ว่า การให้บริการหมายถึงกิจกรรมหรือปฏิบัติการใดๆที่กลุ่มบุคคลหนึ่งสามารถนำเสนอให้อีกกลุ่มบุคคลหนึ่ง ทั้งที่สามารถจับต้องได้และไม่สามารถจับต้องได้ และสอดคล้องกับแนวคิดของ (Gronroos, 1990) การให้บริการหมายถึงกิจกรรมหนึ่งหรือกิจกรรมหลายอย่างที่มีลักษณะไม่มากนักที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งโดยทั่วไปไม่จำเป็นต้องทุกกรณี เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับพนักงานบริการ หรือลูกค้ากับระบบของการให้บริการที่ได้จัดไว้เพื่อช่วยชี้แนะและประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าทราบหรือแก้ไขปัญหาของลูกค้า

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าลูกค้าได้รับความพึงพอใจจากการให้บริการอย่างเต็มที่ของบุคลากรและรู้สึกคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ (ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ ออยุธยา, 2547) ได้กล่าวไว้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดจากประสบการณ์จากการให้บริการอย่างเต็มที่จนสุดความสามารถของบุคลากร ลูกค้าจะรู้สึกคุ้มค่าที่ได้มาใช้บริการ ความพึงพอใจสำหรับการบริการนั้นสร้างได้ยากกว่าสินค้าเนื่องจากคุณภาพของสินค้าเป็นสิ่งที่พัฒนามาแล้วอยู่หนึ่งไม่เปลี่ยนแปลง แต่คุณภาพการบริการขึ้นอยู่กับพนักงาน ซึ่งแปรเปลี่ยนไปตามอารมณ์ และสถานการณ์ต่างๆหรือลูกค้าที่มาใช้บริการบางรายอาจมีความต้องการเฉพาะที่มากเกินไปเกินความต้องการที่พนักงานจะให้บริการได้อย่างเต็มที่ จึงอาจทำให้เกิดความไม่พอใจ (เบญจมาศ ประยูรหงษ์, 2549)

ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ด้านกระบวนการให้บริการอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ให้บริการได้รับกระบวนการให้บริการจากบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งมีผลมาจากความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 ผู้ที่มาใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์มีความพึงพอใจด้านสถานที่ที่มีความเข้าถึงได้ง่าย อยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้น ทางสวนสนุกจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องของการจัดสถานที่ การจัดวางผังของสวนสนุกให้มีการแจ้งรายละเอียดได้อย่างชัดเจนมากยิ่งขึ้น

1.2 จากผลการวิจัยที่พบว่า ผู้ที่มาใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์มีความพึงพอใจด้านสถานที่ที่มีความสวยงาม อยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้น ควรมีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นเพื่อเป็นการสร้างความประทับใจในการใช้บริการครั้งแรกของผู้ที่มาใช้บริการ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 จากการวิจัยในครั้งนี้ควรทำการศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆเพิ่มเติมที่อาจจะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ เช่น ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านทัศนคติในการเที่ยวสวนสนุก เพื่อให้การวิจัยรูปแบบความพึงพอใจของผู้ใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2.2 ทำการศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่ผู้ใช้บริการได้รับจากการใช้บริการสวนสนุกดรีมเวิลด์ ซึ่งสามารถนำมาปรับปรุงเพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจและตัดสินใจใช้บริการในครั้งต่อไป

บรรณานุกรม

- เครือวัลย์ ทัพวันซ์. (2548). ความพึงพอใจของผู้เข้าชมต่อการบริการของสวนสัตว์สงขลา อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต , สาขาวิชาไทยคดีศึกษา, คณะศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. (2547). การจัดการการตลาด. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- ธมกร ดุลยปรภณชัย. (2556). ความพึงพอใจของผู้ปกครองนักเรียนที่มีต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียนสตรีชัยภูมิ 2 จังหวัดชัยภูมิ. สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย.
- ธีรกิตติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (2547). แนวคิดและกลยุทธ์, สำนักพิมพ์ : กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เบญจมาศ ประยูรหงษ์. (2549). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิต. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

วนิชา ศรีตะปัญญะ. (2551). **ความพึงพอใจของนักเรียนโรงเรียนกีฬาต่อพฤติกรรมการสอนของผู้ฝึกสอนกีฬา**. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและกีฬา. มหาวิทยาลัยบูรพา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

Kotler, Philip. (2003). **Marketing Managemen**. 11th ed.Upper Saddle River,NJ: Prentice-Hall.

Gronroos, C. (1990). **Service Management and Marketing Managing the Moments of Truth in Service Competition**. Lexington Books, Lexington.

Shelley, Maynard W. (1975). **Responding to Social Change**. Pennsylvania : Dowden, Hutchison.

ปัจจัยเหตุและผลที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อขายสินค้าผ่าน สื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย

The Antecedent Factors of Brand loyalty of Social Commerce Users in Thailand

โสภณ ศรีพนมวัน¹ ณัฐสพันธ์ เผ่าพันธ์²

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาตัวแปรในปัจจัยเหตุและผลที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย 2) ศึกษาปัจจัยเหตุและผลที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย โดยการผสมผสานวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ 1) แบบสอบถาม 2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาและเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จำนวน 340 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามระเบียบวิธีวิจัย โดยการศึกษา สังเคราะห์ทฤษฎี แนวคิดเพื่อสร้างโมเดล และตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดลทั้งด้านทฤษฎีและข้อมูลวิจัยเชิงประจักษ์กับกลุ่มตัวอย่างผู้ให้บริการซื้อขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ วิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง Structural Equation Modeling (SEM) จำนวน 340 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS และ AMOS สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง

ผลการวิจัย พบว่า ตัวแปรในปัจจัยเหตุและผลที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย ประกอบด้วยตัวแปรในเรื่องของ คุณภาพการบริการ คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ความไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ และการซื้อซ้ำผ่านออนไลน์ และความภักดีต่อแบรนด์มีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำผ่านออนไลน์ โดยมีความกลมกลืนสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ($\chi^2/df = 1.243$), $p\text{-value} = 0.66$, $GFI = 0.966$, $AGFI = 0.937$, $NFI = .968$, $RMSEA = 0.027$, $SRMR = 0.031$

คำสำคัญ : ความภักดีต่อแบรนด์, คุณภาพการบริการ, และการซื้อซ้ำผ่านออนไลน์

¹ นักศึกษาระดับปริญญาเอก สาขาวิชาการตลาดเชิงกลยุทธ์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายวิชาการ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษา ด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม

Abstract

This research aimed to (1) studied the influencing factors of the antecedent factors of brand loyalty of social commerce users in Thailand, (2) studied the impact of the antecedent factors of brand loyalty of social commerce users in Thailand. The research instruments were 1) questionnaire and 2) In-depth interview. The research used content and quantitative analysis to analyzed data from social commerce used in this studied was quantitative research that collected and analyzed data from 340 online users in Thailand. Research data were analyzed by using SPSS and AMOS statistical software. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation and structural equation modeling.

The result indicated customer perceived value, service quality and trust impacted to brand loyalty and online repurchase. Moreover, brand loyalty impacted on online repurchase. Results indicated the fit between the model and observed data. The result of overall fit indices of the structural equation model (SEM) are as follows $\chi^2/df = 1.243$, $p\text{-value} = 0.66$, $GFI = 0.966$, $AGFI = 0.937$, $NFI = 0.968$, $NFI = 0.968$, $RMSEA = 0.026$, $SRMR = 0.031$

Keywords: Brand Loyalty, Service Quality, and Online Repurchase

บทนำ

เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตเข้ามาก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนในโลกนี้ จากเดิมที่การทำธุรกรรมการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้าจะเป็นการเจรจา เพื่อพูดคุย ต่อรองราคา และทำการซื้อขาย ต่อหน้า ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย กลายมาเป็นการเจรจา ต่อรอง ผ่านเครือข่ายสัญญาณอินเทอร์เน็ต ซึ่งเกิดความรวดเร็ว สะดวก สบาย ในการติดต่อ อันเนื่องมาจากการจัดปัญหาในเรื่องของระยะเวลาในการเดินทางลง ซึ่งการที่อินเทอร์เน็ตได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คน ก่อให้เกิดการทำธุรกรรมในรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า ธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ซึ่งได้แก่ “ธุรกิจที่มีการขายสินค้า หรือบริการให้ลูกค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือหมายถึงการให้ลูกค้าสามารถส่งคำสั่งซื้อสั่งจองสินค้า หรือบริการผ่านอินเทอร์เน็ต (หน้าเว็บไซต์ หรือทางอีเมล) ธุรกรรมการซื้อขาย แลกเปลี่ยน ค่าขายผลิตภัณฑ์ต่างๆซึ่งการเกิดขึ้นของการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ทางอินเทอร์เน็ตช่วยเร่งให้เกิดการเติบโตของมูลค่าทางเศรษฐกิจที่มากขึ้น (Lee&Lin,2005) ทั้งนี้การทำธุรกรรมทางอินเทอร์เน็ตมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นตลอด โดยพบว่าเมื่อเปรียบเทียบการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศต่างๆ ในส่วนของการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562) โดยเมื่อพิจารณา

จากข้อมูลในปี 2560 พบว่าช่องทางการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้ประกอบการ SMEs (ไม่รวมมูลค่าการจัดซื้อจัดจ้างของภาครัฐ) ในแต่ละอุตสาหกรรมนั้นมีมูลค่าการทำธุรกรรมดังต่อไปนี้ ได้แก่ อุตสาหกรรมการผลิต มีการทำธุรกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด รองลงมาเป็นการทำธุรกรรมผ่านทางเว็บไซต์ของตนเอง และการทำธุรกรรมผ่านตลาดกลางอิเล็กทรอนิกส์ (e-Marketplaces) โดยมีมูลค่าทั้งสิ้น 7,273.89 ล้านบาท 4,859.93 ล้านบาท และ 1,811.76 ล้านบาท ตามลำดับ

ตารางที่ 1 มูลค่าการทำธุรกรรมของอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ปี 2560

ประเภทอุตสาหกรรม	มูลค่าธุรกรรม (ล้านบาท)
อุตสาหกรรมการผลิต	7,273.89
อุตสาหกรรมค้าปลีกและการค้าส่ง	322,894.61
อุตสาหกรรมข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร	819.65
อุตสาหกรรม ศิลปะ บันเทิงและนันทนาการ	3,060.14
อุตสาหกรรมอื่นๆ	218.76

ที่มา (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562)

ซึ่งจากการที่การทำธุรกรรมของอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องนั้น ทำให้รัฐบาลได้เห็นนโยบายในการสนับสนุนการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อไม่ให้เพียงแค่เทรดที่มูลค่าโตตามตลาดโลกเท่านั้น แต่ต้องการให้คนไทยเข้าไปมีส่วนร่วมในการเติบโตนี้มากที่สุด โดยไม่ใช่เป็นเพียงแค่คนซื้อ แต่เป็นต้องเป็นคนที่สามารถหารายได้จาก Ecosystem นี้ จึงมีการร่วมมือโดยการจับมือกับภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งรัฐและเอกชนในการสร้าง e-Commerce Park ของไทยขึ้น เพื่อให้เป็นศูนย์รวมการเรียนรู้ ฝึกอบรม จัดทำโครงการต่าง ๆ และสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานชั้นนำในต่างประเทศเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้สามารถส่งออกไปยังตลาดโลกได้ อีกทั้งเติมคนรุ่นใหม่เข้ามาเป็น Workforce ที่สำคัญในอุตสาหกรรมนี้ นับเป็นบทบาทที่ท้าทายอย่างยิ่ง (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2562)

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้พบว่าสื่อสังคมออนไลน์นอกจากเป็นสื่อกลางการให้บริการการใช้เพื่อการติดต่อ แลกเปลี่ยน และสื่อสาร เพื่อการจะทำให้มนุษย์เชื่อมโยงถึงกัน ทำความรู้จักกัน ผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ในรูปการให้บริการผ่านเว็บไซต์เชื่อมโยงบุคคลต่อบุคคลไว้ด้วยกัน โดยเว็บไซต์ที่ให้บริการเหล่านี้จะมีพื้นที่ที่จะให้บุคคลเข้ามาทำความรู้จักกัน ติดต่อสื่อสาร เพื่อพูดคุย หรือทำธุรกรรมต่าง ๆ มีพื้นที่บริการเครื่องมือต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่าย สร้างเนื้อหาตามความสนใจของผู้ใช้และเชื่อมโยงอินเทอร์เน็ต จนกลายเป็นแหล่งชุมชนที่ผู้ใช้สามารถแชร์ตัวตนและทุก ๆ สิ่งที่น่าสนใจ เชื่อมโยงกับคนสังคมออนไลน์เข้าไว้ด้วยกันแล้ว ยังสามารถนำสังคมออนไลน์มาใช้

เพื่อการบริการในรูปแบบอื่น ๆ โดยเฉพาะการเป็นเป็นเครื่องมือในการช่วยในการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ต นอกเหนือจากการทำธุรกรรมต่อหน้าในรูปแบบปกติ ซึ่งช่วยส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจให้กับผู้ประกอบการต่าง ๆ ในปัจจุบัน อย่างไรก็ตามการประกอบธุรกิจบนสื่อสังคมออนไลน์นั้นเกิดการแข่งขันกันอย่างรุนแรง เนื่องจากมีผู้ประกอบการจำนวนมากที่เข้ามาทำธุรกรรมในสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นเพื่อให้การทำธุรกรรมประสบความสำเร็จนั้น ผู้ประกอบธุรกิจจะต้องประกอบด้วยแผน หรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมที่จะนำมาใช้เพื่อให้การประกอบธุรกิจมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งในการที่จะทำให้การประกอบธุรกรรมเพิ่มขึ้นในปีต่อมาให้ประสบเป้าหมายผลสำเร็จตามเป้าหมาย นอกจากจะต้องพยายามกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายใหม่เพิ่มขึ้น โดยการเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่ การเพิ่มการซื้อขายจากฐานลูกค้าจากเดิม รวมถึงการพยายามรักษฐานลูกค้าเก่าไว้ก็เป็นอีกปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จโดยพบว่า การสร้างความภักดีต่อแบรนด์ทำให้เกิดกับผู้ใช้บริการซึ่งจะช่วยลดต้นทุนด้านการโฆษณา และยังเพิ่มผลกำไรให้องค์กร (Chaudhuri & Holbrook, 2001)

จากความสำคัญดังกล่าวนี้ นำไปสู่การกำหนดหัวข้อการวิจัยเพื่อที่มุ่งเน้นการสร้างความรู้ความเข้าใจเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการช่วยเพิ่มความสำเร็จ และยกระดับการทำธุรกรรม ทั้งนี้เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการไทยในการทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาปัจจัยเหตุและผลที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย เพื่อให้ผู้ใช้บริการการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยได้ทราบถึง ปัจจัย ต่าง ๆ ที่ผู้ใช้บริการใช้เพื่อการตัดสินใจในการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อที่ผู้ใช้บริการได้ทำการ ปรับปรุง และดำเนินการพัฒนาการบริการของธุรกิจตนเองให้เกิดประสิทธิภาพ สามารถต่อสู้กับคู่แข่ง และทำธุรกิจอย่างยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นการช่วยส่งเสริมนโยบายการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ตามนโยบายของรัฐบาลอีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาตัวแปรในปัจจัยเหตุและผลที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยเหตุและผลที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 คุณค่าที่ลูกค้าได้รับมีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 3 ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย

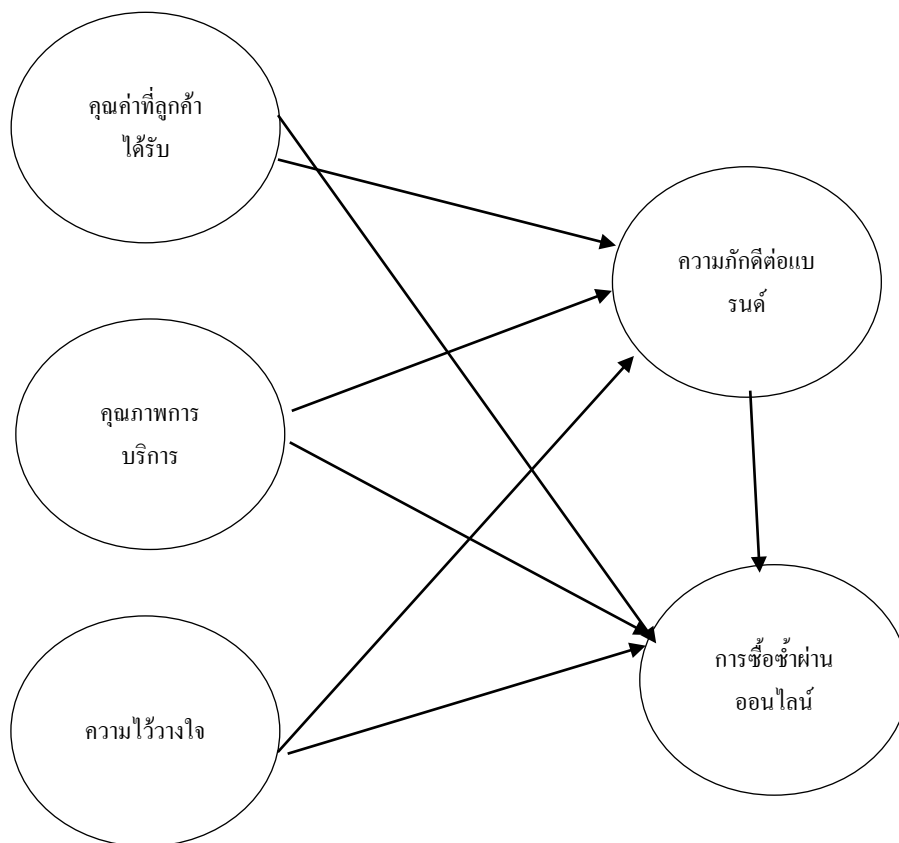
สมมติฐานที่ 4 ความภักดีต่อแบรนด์มีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำผ่านออนไลน์ของผู้ใช้บริการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 5 คุณค่าที่ลูกค้าได้รับมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำผ่านออนไลน์ของผู้ใช้บริการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 6 คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำผ่านออนไลน์ของผู้ใช้บริการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย

สมมติฐานที่ 7 ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำผ่านออนไลน์ของผู้ใช้บริการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย

กรอบแนวคิด



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

จากภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยประกอบด้วย 1) คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ (CPV) หมายถึง การรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการในมุมมองของลูกค้า 2) คุณภาพการบริการ

(SERQ)การประเมินผลหลังการบริโภคของลูกค้าที่เกิดจากการซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการ

3) ความไว้วางใจ (Trust)ความเต็มใจที่จะเชื่อมั่น ไว้วางใจที่ลูกค้า มีให้ผู้ให้บริการในการทำธุรกรรม

4) ความภักดีต่อแบรนด์ (BL)พฤติกรรมของลูกค้าที่มีความรู้สึกที่ดีต่อแบรนด์และมีความเชื่อมั่นในแบรนด์ และ5) การซื้อซ้ำผ่านออนไลน์(ORP) พฤติกรรมของลูกค้าในการซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการแบรนด์เดิมซ้ำ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและวิธีวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากร คือ ผู้ใช้บริการการซื้อขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ใช้บริการการซื้อขายสินค้าทางสังคมออนไลน์ในประเทศไทยจำนวน 340 ตัวอย่าง โดยพิจารณาจากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับความเหมาะสมของขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง Structural Equation Modeling (SEM) ของ Hair, Anderson, Tatham & Black (1998) โดยกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมจะมีขนาดของกลุ่มตัวอย่าง 10 - 20 เท่า ต่อตัวแปรหนึ่งตัวแปรในการวิจัยซึ่งการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีตัวแปรสังเกตได้ในการวิจัยทั้งหมด จำนวน 17ตัวแปร ดังนั้นขนาดจำนวนที่เหมาะสมของกลุ่มตัวอย่างสำหรับนำมาใช้ในการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง Structural Equation Modeling (SEM) คือ $17 \times 20 = 340$

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้มี 340 ชุด ได้แก่ แบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดนเป็นการวิจัยรูปแบบ Survey Research โดยเก็บแบบสอบถามจากผู้ใช้บริการซื้อขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยจำนวน 340 คน แล้วนำมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคทางสถิติเชิงอนุมานและสถิติเชิงพรรณนาด้วยแบบจำลองการวัด เพื่อตรวจสอบความเที่ยงของตัวแปร การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้น (Structural equation Modeling:SEM) จากนั้นนำผลที่ได้มาจากการวิเคราะห์เชิงปริมาณมาสรุปเป็นแบบจำลองทางสถิติ และดำเนินการวิจัยด้วยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเชิงลึก (Indept-interview) เพื่อยืนยันแบบจำลองที่ค้นพบและนำมาใช้ร่วมในการอภิปรายผล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามปลายเปิด และปลายปิดทางในรูปแบบออนไลน์

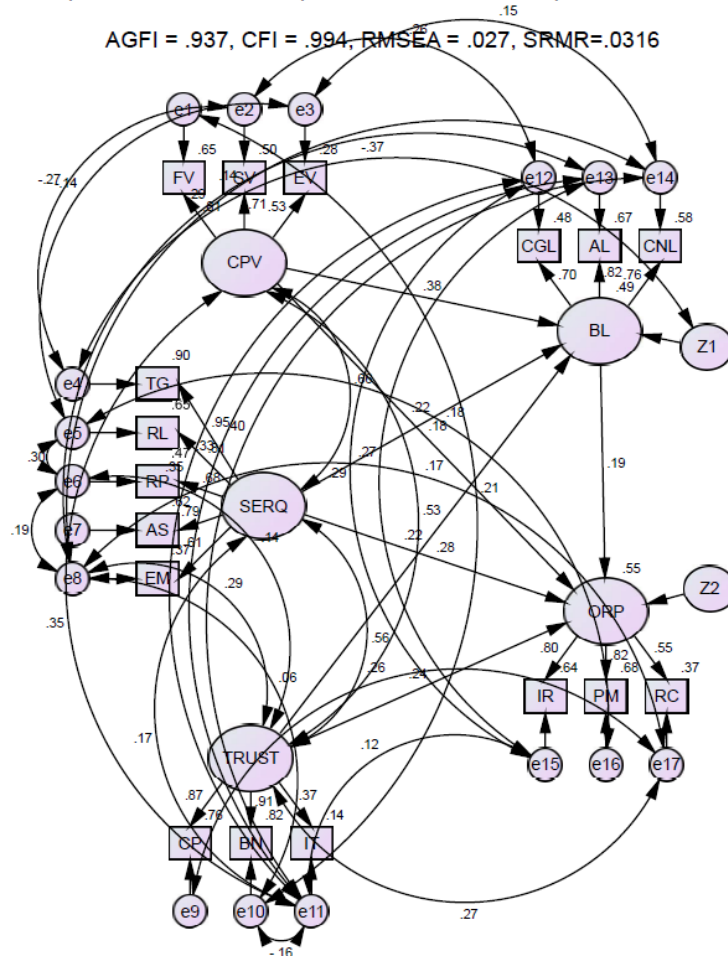
สรุปผลการวิจัย

1. จากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 340 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 219 คน มีอายุระหว่าง 21-30 ปีมากที่สุด จำนวน 122 คน มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน

193 คน ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด จำนวน 123 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาทมากที่สุด จำนวน 123 คน มีการซื้อสินค้าผ่านสังคมออนไลน์ 1-3 ครั้งต่อเดือนมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ใช้บริการ facebook จำนวน 192 คน มูลค่าในการซื้อเฉลี่ยต่อครั้งส่วนใหญ่ 500 – 1,000 บาท

Chi-square = 103.152, Chi-square/df = 1.243, df = 83, p = .066, GFI = .966

AGFI = .937, CFI = .994, RMSEA = .027, SRMR=.0316



รูปภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันปัจจัยเหตุและผลที่มีอิทธิพลต่อความ
ภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย

จากรูปภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันยืนยันปัจจัยเหตุและผลที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย ผู้วิจัยสรุปผลการตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล (Goodness-of Fit Measures) สรุปได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบแบบจำลองตามค่าสถิติความสอดคล้องของปัจจัยเหตุและผลที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย

ลำดับ	ค่าดัชนี	เกณฑ์ที่ใช้พิจารณา	ก่อน	หลัง
1	χ^2 test	ควรมากกว่า 0.05	.000	.66
2	χ^2/df	มีค่าไม่ควรเกิน 2.00	5.388	1.243
3	GFI	มีค่ามากกว่า 0.90	.845	.966
4	AGFI		.787	.937
5	CFI		.843	.994
6	NFI		.815	.968
7	SRMR	มีค่าต่ำกว่า 0.05	.183	.031
8	RMSEA		.110	.027

จากตารางที่ 2 พบว่าค่าสถิติความสอดคล้องของปัจจัยเหตุและผลที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย มีความกลมกลืนสอดคล้องเหมาะสมกับข้อมูลเชิงประจักษ์ตามเกณฑ์วัด

ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรในโมเดลปัจจัยเหตุและผลที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย

ปัจจัยเหตุ	ปัจจัยผล					
	BL			ORP		
	TE	DE	IE	TE	DE	IE
CPV	0.375**	0.375**	-	0.248	0.176*	0.072
SERQ	0.221**	0.221**	-	0.326	0.283**	0.043
Trust	0.219**	0.219**	-	0.286	0.244**	0.042
CL	-	-	-	0.193	0.193**	-
Chi-Square = 103.152, df = 83, P-value = 0.066, RMSEA = 0.027						
R – SQUARE CL = 0.488 ORP = 0.554						

หมายเหตุ $p^* < .05$, $p^{**} < .01$, TE= Total effect, DE= Direct effect, IE= Indirect effect

ผลการวิเคราะห์ของปัจจัยเหตุและผลที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทยพบว่า คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ (CPV) คุณภาพการบริการ

(SERQ) ความไว้วางใจ (Trust) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อ ความภักดีต่อแบรนด์ (BL) โดยมีขนาดของอิทธิพลทางตรงเชิงบวกเท่ากับ 0.375, 0.221, 0.219 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และความภักดีต่อแบรนด์ (BL) ยังมีขนาดอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการซื้อซ้ำผ่านออนไลน์ (ORP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเชิงบวกเท่ากับ 0.193 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.01

นอกจากนี้ คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ (CPV) ยังมีขนาดอิทธิพลทางตรงเชิงบวกและทางอ้อมเชิงบวกต่อการซื้อซ้ำผ่านออนไลน์ (ORP) โดยมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ 0.176 และ 0.072 ตามลำดับ อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 รวมถึง คุณภาพการบริการ (SERQ) และ ความไว้วางใจ (Trust) และมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการซื้อซ้ำผ่านออนไลน์ (ORP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางตรงเชิงบวกเท่ากับ 0.283 0.244 อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 รวมถึงมีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกต่อการซื้อซ้ำผ่านออนไลน์ (ORP) โดยมีขนาดอิทธิพลทางอ้อมเชิงบวกเท่ากับ 0.043 และ 0.042 อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2 คุณภาพการบริการ มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3 ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 4 ความภักดีต่อแบรนด์มีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำผ่านออนไลน์ของผู้ใช้บริการซื้อขายสินค้าผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 5 คุณค่าที่ลูกค้าได้รับมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำผ่านออนไลน์ของผู้ใช้บริการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 6 คุณภาพการบริการมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำผ่านออนไลน์ของผู้ใช้บริการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 7 ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำผ่านออนไลน์ของผู้ใช้บริการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย	ยอมรับ

อภิปรายผล

1. คุณค่าที่ลูกค้ามีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับความภักดีต่อแบรนด์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Ramadhan and Yolanda, 2019) และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่พบว่าคุณค่าที่ลูกค้าได้รับมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับความภักดีต่อแบรนด์ เมื่อผู้บริโภครับรู้คุณค่าที่องค์กรเสนอจะนำไปสู่ความพึงพอใจ เมื่อความพึงพอใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จะนำไปสู่ความรักและความภักดีต่อสินค้าและแบรนด์ เมื่อลูกค้าออนไลน์ได้รับรู้ถึงมูลค่าที่จะได้รับสามารถตอบสนองตามความต้องการที่ใช้บริการ เมื่อผู้บริโภครับรู้คุณค่าที่องค์กรเสนอจะนำไปสู่ความพึงพอใจ เมื่อความพึงพอใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จะนำไปสู่ความรักและความภักดีต่อสินค้าและแบรนด์ เมื่อลูกค้าออนไลน์ได้รับรู้ถึงมูลค่าที่จะได้รับสามารถตอบสนองตามความต้องการที่ใช้บริการ ผู้ให้บริการจะต้องคำนึงถึงคุณค่าในด้านต่าง ๆ ที่จะส่งมอบให้ผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึก คุ่มค่า และมีความพึงใจ โดยจากการวิจัยพบว่าในส่วนของคุณค่าด้านการใช้งาน เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญสูงสุด ผู้บริโภคจะคำนึงถึงคุณสมบัติหลักของสินค้า หรือบริการที่ใช้บริการเป็นสำคัญว่าจะตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของผู้บริโภคได้หรือไม่สอดคล้องกับงานของ (Sheth, Newman & Gross, 1991) โดยมีคุณค่าด้านอารมณ์และคุณค่าด้านสังคมเป็นองค์ประกอบเพิ่มเติม โดยคุณค่าด้านสังคมอาจเป็นส่วนที่ผู้บริโภคคำนึงน้อยที่สุด ผู้บริโภคมีการคำนึงถึงความรู้สึกในด้านนี้แต่อาจไม่ได้คำนึงมากนักเท่ากับคุณค่าด้านการใช้งาน เช่นเดียวกับคุณค่าทางสังคมผู้บริโภคอาจไม่ได้ให้ความสนใจกับภาพลักษณ์ทางสังคมกับการใช้บริการออนไลน์ อันเนื่องจากคุณค่าทางสังคมอาจมีผลต่อความรู้สึกของผู้บริโภคเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

2. ในการทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์นั้น คุณภาพการบริการมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ ของ (Gefen, 2002) คุณภาพการบริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของธุรกิจพานิชอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อลูกค้าได้รับการบริการตามที่คาดหวัง หรือสูงกว่าที่คาดหวัง โดยคุณภาพการบริการที่ดีจะส่งผลต่อการรักษาลูกค้าไว้ และก่อให้เกิดความจงรักภักดีที่เพิ่มขึ้นต่อไป โดยถ้าเพิ่มในเรื่องของการสื่อสารของการบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า เมื่อลูกค้าได้รับการบริการตามที่คาดหวัง หรือสูงกว่าที่คาดหวัง โดยคุณภาพการบริการที่ดีจะส่งผลต่อการรักษาลูกค้าไว้ และก่อให้เกิดความจงรักภักดีที่เพิ่มขึ้นต่อไป การซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์เป็นการทำธุรกรรมผู้ให้บริการไม่มีหน้าร้านให้ผู้บริโภคเข้ามาเยี่ยมชม หรือสัมผัสถึงสินค้า ทำให้บริโภคไม่มีโอกาสที่จะได้เห็นถึงรูปลักษณ์ที่แท้จริงของตัวสินค้า การบริการจึงเป็นส่วนที่สำคัญที่ผู้ให้บริการพยายามเข้ามาเติมเต็มในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่ขาดหายไป จากการวิจัยพบว่าผู้บริโภครู้สึกดีต่อการเอาใจใส่ของผู้ให้บริการ การเต็มใจที่จะตอบสนองความต้องการ การสอบถามข้อมูลของผู้บริโภค รวมถึงความสะดวกรวดเร็วที่ได้รับจากการบริการ โดยเฉพาะความสะดวกรวดเร็วในการบริการ เนื่องจากการทำธุรกรรมออนไลน์สามารถทำได้ตลอด 24 ชม. ถ้าผู้ให้บริการสามารถที่จะ

รองรับในการบริการส่วนนี้ได้ออมจะสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคซึ่งจะก่อให้เกิดความภักดีต่อแบรนด์จนนำไปสู่การซื้อซ้ำขึ้น

3. บทบาทของของความไว้วางใจมีความสำคัญกับความภักดีต่อแบรนด์ของผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Rahmani-Nejad et. al, 2014) บทบาทของความไว้วางใจมีความสำคัญกับความภักดีต่อแบรนด์ของผู้บริโภค เนื่องจากการซื้อขายผ่านออนไลน์ ไม่ได้เป็นการทำธุรกรรมผ่านหน้าร้าน หรือเห็นตัวตน สินค้าที่แท้จริง แต่เป็นการทำธุรกรรมผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ไม่ได้เป็นการทำธุรกรรมต่อหน้า ผู้บริโภคจะไม่มีโอกาสที่จะได้เห็นสินค้าตัวจริงที่ต้องการซื้อ ดังนั้นผู้ขายจะต้องพยายามสร้างความไว้วางใจให้กับผู้บริโภค โดยที่ถ้าผู้บริโภคมีความไว้วางใจในการใช้บริการ ก็จะก่อให้เกิดการทำธุรกรรม และเมื่อเกิดความพึงพอใจก็จะก่อให้เกิดความภักดีต่อแบรนด์ ความไว้วางใจเป็นสิ่งสำคัญที่จะรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับการบริการในธุรกิจ ความไว้วางใจและความภักดีต่อแบรนด์เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจอยู่รอด ความไว้วางใจไม่เพียงเกี่ยวข้องกับการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่เป็นจริง รวมถึงการส่งมอบสินค้าและบริการเท่านั้น ยังรวมถึงการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคอย่างครบถ้วน และรวมถึงการแก้ปัญหาหลังจากการใช้บริการ การคืนสินค้าในกรณีสินค้าไม่ตรงตามความต้องการ หรือเกิดข้อผิดพลาดเสียหายจากการให้บริการ การขนส่ง อีกทั้งการเก็บข้อมูลการใช้บริการ ไม่นำไปใช้ประโยชน์ภายนอก ดังนั้นในบางครั้งความไว้วางใจอาจไม่สามารถวัดได้จากการใช้บริการโดยปกติเท่านั้น จะสามารถวัดได้จากการเกิดปัญหาว่าผู้ให้บริการแก้ไขปัญหาได้อย่างไร

4. ความภักดีต่อแบรนด์มีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำผ่านออนไลน์ของผู้ใช้บริการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Curtis et al., 2011) โดยความจงรักภักดีต่อแบรนด์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความตั้งใจในการซื้อซ้ำ การที่ผู้บริโภคมีความภักดีต่อแบรนด์ จะส่งผลให้ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่ดี มีความเชื่อมั่นในสินค้า และการบริการ ทำให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้สินค้าเดิมซ้ำๆ ซึ่งก่อให้เกิดการซื้อซ้ำเกิดขึ้น เมื่อผู้ใช้บริการมีความจงรักภักดีจะส่งผลต่อการซื้อซ้ำของลูกค้า อีกทั้งการพูดถึงเชิงบวก ยังมีผลในการช่วยประชาสัมพันธ์ธุรกิจ มากยิ่งกว่าการใช้สื่อโฆษณาแบบปกติ โดยความความภักดีต่อแบรนด์จะสร้างการรับรู้ และยอมรับในผลิตภัณฑ์ และการบริการให้กับผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคมีการรับรู้และยอมรับในคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ ผู้บริโภคจะนึกถึงแบรนด์นั้นตลอด เมื่อจะทำการซื้อสินค้า หรือบริการที่มีแบรนด์นั้นเข้ามาเกี่ยวข้อง ผู้บริโภคก็จะเกิดการรับรู้ และมีทัศนคติที่ดี มีความเชื่อมั่นต่อสินค้า หรือบริการนั้น ทำให้ง่ายต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเดิม หรือสินค้าใหม่ต่อไป

5. คุณค่าที่ลูกค้าได้รับมีผลในเชิงบวกอันก่อให้เกิดความพึงพอใจ และนำไปสู่การแนะนำผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการต่อผู้อื่นซึ่งส่งผลเกี่ยวกับการซื้อซ้ำ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (Lee et al., 2007) เมื่อคุณค่าที่ลูกค้าได้รับตรงกับสิ่งที่ต้องการ ย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจอันนำไปสู่การแนะนำผลิตภัณฑ์ที่ใช้บริการต่อผู้อื่นซึ่งส่งผลเกี่ยวกับการซื้อซ้ำ โดยการซื้อซ้ำนั้นไม่เพียงเป็นการซื้อ

สินค้าเดิมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการซื้อสินค้าใหม่ภายใต้แบรนด์เดิม ซึ่งผู้ให้บริการไม่มีความจำเป็นต้องทำการแนะนำสินค้า หรือโฆษณาสินค้า เนื่องจากผู้บริโภครับรู้จากสินค้าเดิม ทำให้เกิดการรับรู้ในสินค้าใหม่ว่าจะมีคุณภาพเทียบเท่าสินค้าเดิมที่เคยใช้เช่นเดียวกับ (Qian et al., 2011), (Wang et al., 2004) คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ มีผลกระทบโดยตรงต่อความตั้งใจซื้อซ้ำของลูกค้า โดยผู้บริโภคจะคำนึงถึงคุณค่าที่จะได้รับในด้านต่างๆ ที่จะได้รับจากผลิตภัณฑ์หรือบริการ ซึ่งถ้าคุณค่าที่ลูกค้าได้รับตรงกับความต้องการที่ผู้บริโภคต้องการ ก็จะก่อให้เกิดผลในการซื้อซ้ำ นอกจากนี้การซื้อซ้ำยังรวมถึงการแนะนำบุคคลอื่นให้เข้ามาใช้บริการสินค้าด้วย ซึ่งเป็นการช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า เนื่องจากผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้ใช้สินค้าและบริการจริง เป็นผู้แนะนำสินค้านั้น

6. คุณภาพการบริการที่ได้รับตามที่คาดหวัง ก่อให้เกิดความพึงพอใจและมีส่วนช่วยในการก่อให้เกิดการซื้อเพิ่มในร้านค้าออนไลน์ สอดคล้องกับ (Lee & Lin, 2005) คุณภาพการบริการที่ได้รับตามที่คาดหวัง ก่อให้เกิดความพึงพอใจและมีส่วนช่วยในการก่อให้เกิดการซื้อเพิ่มในร้านค้าออนไลน์ เนื่องจากการทำธุรกรรมออนไลน์ไม่มีหน้าร้านสำหรับวางสินค้า ไม่มีสินค้าให้ผู้บริโภคได้ลองจับต้องตัวจริง มีแต่เพียงการให้บริการข้อมูลข่าวสารเพื่อเติมเต็มในสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการรับรู้เท่านั้น ทำให้คุณภาพการบริการที่ได้ตามคาดหวังจะทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อซ้ำ อีกทั้งผู้ให้บริการจะต้องพิจารณาถึงตัวแปรที่สำคัญจะเพิ่มคุณภาพการบริการ ทั้งประเด็นเรื่องของความสะดวกสบายในการติดต่อและความรวดเร็วในการส่งสินค้าต่อผู้บริโภค (Leonnard, Comma & Feby (2017) อันจะทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจและมีการเผยแพร่ความประทับใจและประสบการณ์ที่ดีต่อบุคคลอื่น

7. ความไว้วางใจมีอิทธิพลต่อการซื้อซ้ำผ่านออนไลน์ของผู้ใช้บริการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย สอดคล้องกับ (Hendra Riki Wijaya and Sri Rahayu Tri Astuti, 2018) ว่าคุณภาพการบริการมีอิทธิพลกับความพึงพอใจ และความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อความไว้วางใจ และภาพลักษณ์ของสินค้า รวมถึงความไว้วางใจและภาพลักษณ์ของสินค้ามีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยความไว้วางใจจะเป็นสิ่งที่ต้องสร้างให้เกิดขึ้นก่อนจึงจะมีการใช้บริการตามมา เนื่องจากว่าการซื้อซ้ำจะเป็นผลมาจากประสบการณ์ที่ผ่านมาของผู้บริโภคที่ประสบพอใจ โดยเฉพาะการซื้อขายผ่านออนไลน์ การจะทำให้ผู้บริโภคสนใจในสินค้า จนถึงตัดสินใจทดลองซื้อจนกระทั่งไปสู่การซื้อซ้ำนั้น ความไว้วางใจเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคจะคำนึงถึงเวลาเลือกซื้อสินค้าหรือใช้บริการ เนื่องจากผู้บริโภคจะต้องคำนึงถึงความสามารถของผู้ให้บริการว่าจะมีสินค้าหรือบริการที่จะตอบสนองต่อความต้องการ จากนั้นจึงคำนึงถึงข้อมูลจากผู้ให้บริการแนะนำว่าถูกต้องครบถ้วนหรือไม่ และสุดท้ายคือเรื่องของการเปลี่ยนสินค้า และการรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคว่าผู้ให้บริการจะไม่นำข้อมูลออกไปเผยแพร่ภายนอก ซึ่งโดยปกติแล้วถ้าผู้ให้บริการสามารถให้บริการได้ครบถ้วนตามที่ผู้บริโภคต้องการ ก็ย่อมที่จะทำให้ผู้บริโภคติดใจกลับมาใช้บริการซ้ำต่อไป

จากการวิจัยเรื่องปัจจัยปัจจัยเหตุและผลที่มีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย พบว่าตัวแบบความภักดีต่อแบรนด์ของผู้ใช้บริการซื้อ

ขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในประเทศไทย ประกอบไปด้วยตัวแปร คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ คุณภาพการบริการ และความไว้วางใจ ความภักดีต่อแบรนด์ และการซื้อซ้ำผ่านออนไลน์ โดยความไว้วางใจจะเป็นสิ่งแรกที่ทำให้บริการต้องทำให้เกิดกับผู้บริโภค เนื่องจากว่าร้านค้าออนไลน์ไม่มีหน้าร้านให้ลูกค้าเข้ามาชมสินค้าตัวจริง ผู้บริโภคชมสินค้าได้ผ่านสื่อออนไลน์เท่านั้น ทำให้ผู้ให้บริการต้องพยายามสร้างความเชื่อใจผ่านความตั้งใจในการติดต่อสื่อสาร การให้ข้อมูลที่เป็นความจริง เมื่อผู้บริโภคเกิดความเชื่อใจ ก็จะเป็นหน้าที่ของคุณภาพการบริการ และคุณค่าที่ลูกค้าได้รับจะเข้ามามีบทบาทในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และเมื่อผู้บริโภคได้ใช้ได้รับบริการที่ตรงตามคาดหวัง หรือเกินความคาดหวังก็จะเกิดความภักดีต่อแบรนด์ ส่งผลให้เกิดการซื้อซ้ำผ่านออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

การนำงานวิจัยไปใช้ในธุรกิจ ผู้ให้บริการร้านค้าออนไลน์ควรศึกษาถึงปัจจัยหลักในแต่ละด้านของตนเองว่ามีครบองค์ประกอบตามที่ลูกค้าต้องการหรือไม่ ในด้านของคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ ผู้ให้บริการจะต้องพิจารณาถึงคุณค่าหลักที่จะส่งมอบต่อลูกค้า ทั้งในด้านของสินค้าและบริการว่าตรงตามความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภค ไม่ส่งมอบในสิ่งที่ไม่เป็นประโยชน์หรือไม่มีความจำเป็นต่อลูกค้า และไปมุ่งเน้นในส่วนที่สำคัญ โดยจากงานวิจัยพบว่าสิ่งที่ลูกค้าให้ความสำคัญคือส่วนของคุณสมบัติหลักของสินค้าว่าสามารถตอบสนองความต้องการได้ ในส่วนของคุณภาพการบริการลูกค้าให้ความสำคัญกับการตอบสนองต่อลูกค้า ทั้งการให้ข้อมูลที่รวดเร็ว ความเต็มใจใน และความเอาใจใส่ในการบริการ เนื่องจากจากการทำธุรกรรมออนไลน์ ไม่มีหน้าร้านแสดงสินค้า ทำให้ผู้บริโภคเห็นเพียงรูปแบบ ตัวอย่างเท่านั้น ไม่ได้เห็นภาพจริง ทำให้ไม่สามารถจับต้อง หรือเห็นสินค้าหรือบริการตัวจริงได้ จึงต้องอาศัยการบริการที่จะสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้า ในด้านความไว้วางใจนั้น จากการที่ร้านค้าออนไลน์ไม่มีหน้าร้าน ไม่มีสินค้าให้ทดสอบ การสร้างความไว้วางใจ ความเชื่อใจว่าร้านค้าจะสามารถส่งสินค้าได้ตามที่คาดหวัง ไม่มีการปกปิดข้อมูลของสินค้า และไม่มีการนำข้อมูลของลูกค้าไปใช้เพื่อการอื่น รวมถึงสามารถแก้ปัญหาหลังบริการได้ ดังนั้นผู้ให้บริการจะต้องสร้างคุณค่าที่ลูกค้าได้รับ คุณภาพการบริการ และความไว้วางใจ เมื่อผู้ให้บริการสามารถทำทุกอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ ก็จะส่งผลให้เกิดความภักดีต่อแบรนด์การซื้อซ้ำผ่านออนไลน์

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากตัวแปรต้นที่ใช้ในครั้งนี้เป็นการวิจัยในเรื่องของคุณภาพบริการ คุณภาพที่ลูกค้าได้รับ และความไว้วางใจทำให้อาจขาดปัจจัยในด้านอื่น ดังนั้นเพื่อเพิ่มเติมให้เกิดความรู้ในด้านอื่น ผู้วิจัยควรศึกษาในตัวแปรอื่นเพิ่มเติม เช่น ส่วนผสมการตลาด หรือเรื่องของการส่งสินค้าซึ่งปัจจุบันมีบริษัทขนส่งสินค้าทั้งเอกชนและรัฐบาลที่เข้ามามีบทบาทในเรื่องของการค้าออนไลน์ ที่อาจมีอิทธิพลต่อความภักดีต่อแบรนด์

บรรณานุกรม

- วิชิต อุ๋น. (2553). การวิจัยและการสืบค้นข้อมูลทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ: ศรีปทุม
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2562). รายงานผลการสำรวจมูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ปี 2561.
- สุภมาส อังสุโชติ. (2554). สถิติวิเคราะห์สำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ เทคนิคการใช้โปรแกรม LISREL. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- Chaudhuri, A., and Holbrook, M, B. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. **Journal of Marketing**, 65(2), 81-93.
- Curtis, T., Abratt, R., Rhoades, D. L., & Dion, P. (2011). Customer Loyalty, Repurchase and Satisfaction: A Meta-Analytical Review. **Journal of Consumer Satisfaction, Dissatisfaction and Complaining Behavior**, 24
- Gefen, D. (2002). Customer loyalty in e-commerce. **Journal of the Association for Information Systems**, 3 (1), 27-51.
- Hair, J., Anderson, R., Tatham, R. and Black, W. (1998). **Multivariate data analysis**. (5th Edition). New Jersey: Prentice Hall.
- Hendra Riki Wijaya and Sri Rahayu Tri Astuti. (2018). The Effect of Trust and Brand Image to Repurchase Intention in Online Shopping. International Conference on Economics. **Business and Economic Education 2018**, Volume 2018 DOI: [10.18502/kss.v3i10.3182](https://doi.org/10.18502/kss.v3i10.3182)
- Lee Gwo-Guang, Lin Hsiu-Fen, (2005). Customer perceptions of e-service quality in online shopping, **International Journal of Retail & Distribution Management**, 33(2), 161-176, DOI: [10.1108/09590550510581485](https://doi.org/10.1108/09590550510581485)
- Lee, C., Y. Lee, and S. Lee. (2007). Investigating the Relationships among Perceived Value, Satisfaction, and Recommendations: **The Case of the Korean DMZ. Tourism Management**, 28(1), 204-14. doi:[10.1016/j.tourman.2005.12.017](https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.12.017)
- Nguyen Ngoc Duy Phuong, Tran Thi Dai Trang. (2018). Repurchase Intention: The Effect of Service Quality, System Quality, Information Quality, and Customer Satisfaction as Mediating Role: A PLS Approach of M-Commerce Ride Hailing Service in Vietnam. **Marketing and Branding Research**. 5(2018) 78-91. doi: 10.33844/mbr.2018.60463

- Qian, S., Peiji, S. & Quanfu, Y. (2011). An Integrated Analysis Framework for Customer Value, Customer Satisfactory, Switching Barriers, Repurchase Intention and Attitudinal Loyalty: Evidences from China Mobile Data Services. **Management Science and Engineering**, 5(3), 135-142. DOI:10.3968/J.MSE.1913035X20110503.120
- Ramadhan, Lutfi, and Yolanda M. Siagian, MM. (2019). Impact of Customer Perceived Value on Loyalty: In Context Crm. **Journal of Research in Business and Management**, 7(3), 24-29. doi: 10.31227/osf.io/mu6fb
- Sheth, J.N., Newman, B.I. and Gross, B.L. (1991). Why we buy what we buy: a theory of consumption values. **Journal of Business Research**, 22(2), 159-170. DOI: 10.1016/0148-2963(91)90050-8

ปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรีในยุค 4.0

Factors Promoting the Economy of Community Flea Market in Saraburi Province in the 4.0 Era

พยอม ศรีหารัตน์¹ ดำรง สัตยวากย์สกุล²

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์หลักของการศึกษารั้งนี้ คือ 1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรีในยุค 4.0 และ 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนที่มีต่อความสำเร็จด้านผลการดำเนินงานตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรีในยุค 4.0 โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามจากผู้ประกอบการตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรี โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแบบเจาะจงจำนวน 500 ตัวอย่าง จาก 5 อำเภอ ในจังหวัดสระบุรี และนำมาทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis)

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรีในยุค 4.0 ด้านผลิตภัณฑ์และด้านสถานที่ในการจัดจำหน่ายมีระดับความสำคัญมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีระดับความสำคัญมากและปานกลาง ตามลำดับ ส่วนด้านเทคโนโลยีมีระดับความสำคัญน้อย เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่าตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จด้านผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 ตัวแปร คือ ปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนด้านผลิตภัณฑ์และด้านสถานที่ในการจัดจำหน่าย

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการ, ส่วนประสมการตลาด, ตลาดนัดชุมชน

¹ (อาจารย์) ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก E-mail: payomsri@apiu.edu

² (อาจารย์ ดร.) ประจำคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก

Abstract

The main purposes of this study were 1) to study the level of factors promoting the economy of community flea market in Saraburi Province in the 4.0 era, and 2) to study the relationship of the factors promoting the economy of community flea market towards the success of the community market performance in Saraburi province in the 4.0 era. The data were collected through a survey questionnaire. The purposive sampling method was employed to collect data from samples consisted of 500 community flea market entrepreneurs of five districts in Saraburi province. The statistical methods used to analyze the quantitative data were descriptive statistics such as frequency, percentage, mean score and standard deviation, Pearson Product Moment Correlation, and Stepwise Multiple Regression Analysis.

The results showed that factors promoting the economy of community flea market in Saraburi Province in the 4.0 era differently. The products and the locations of distribution showed the highest priority with a high priority level, followed by price and promotion that were at a moderate level, while the technology factor showed a low priority level. When considering the coefficient of regression, it was found that two predictive variables have a positive effect on the achievement of the operations with statistical significance at the level of 0.01, namely the product factor and the location of distribution factors that promote the economy of community flea market.

Keywords: Opinions of Entrepreneurs, Marketing Mix, Community Flea Market

บทนำ

ตลาดนัดชุมชนเป็นระบบเศรษฐกิจย่อยซึ่งนำไปสู่ระบบเศรษฐกิจใหญ่ เป็นแหล่งสร้างรายได้อีกช่องทางหนึ่งที่จะทำให้เพิ่มรายได้ให้กับผู้ที่มีความสนใจไม่ว่าจะอยู่ในสถานะอาชีพใดก็ตาม เพราะตลาดนัดชุมชนเป็นสถานที่ที่มีการซื้อขายสินค้า โดยมีผู้ขายและผู้ที่ต้องการซื้อสินค้าได้พบปะแลกเปลี่ยนสินค้า ตลาดนัดมีการกำหนดวัน เวลา และสถานที่ที่แน่นอนในการประกอบการ โดยจะเปิดทำการในเวลาที่กำหนดเป็นที่รู้และเข้าใจระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย โดยจะมีผู้บริหารตลาดนัดเป็นผู้จัดสรรสถานที่และเวลาให้กับผู้ประกอบการ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ซื้อและผู้ขาย จึงมีตลาดนัดชุมชนเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากเกือบทุกหมู่บ้าน ทุกอำเภอ ในจังหวัดสระบุรี เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตามเศรษฐกิจในยุคดิจิทัล จะส่งผลให้ธุรกิจต้องมีการปรับตัวอย่างต่อเนื่อง

และเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต ผู้ประกอบการจำเป็นต้องใช้ความสามารถเชิงนวัตกรรมใหม่ๆ มาเป็นเครื่องมือในการแข่งขัน เช่น การสื่อสาร การทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เป็นต้น การเปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจในตลาดนัดชุมชนต้องสมดุลระหว่างระบบเศรษฐกิจและระบบนิเวศน์ควบคู่กันไปกับการแก้ปัญหาเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนความรับผิดชอบต่อสังคม

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 ส่วนยุทธศาสตร์ที่ 4 กล่าวถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้ที่สามารถเข้าถึง ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีทักษะสูงทำให้สามารถได้รับผลตอบแทนสูงขึ้นและทิ้งห่างจากผู้ที่มีทักษะและไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ ขณะเดียวกันเทคโนโลยีก็สามารถทำให้ผู้ที่อยู่ห่างไกลสามารถเข้าถึงการศึกษา ความรู้ และบริการสาธารณสุขได้ซึ่งเป็นประเด็นท้าทายที่ต้องเร่งพัฒนาและแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำ จำเป็นต้องมีการเชื่อมโยงทุกมิติของการพัฒนาอย่างบูรณาการเป็นองค์รวมทั้งมิติเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ตลอดจนการพัฒนาภาคเมือง และการบริหารจัดการภาครัฐ โดยการนำยุทธศาสตร์การสร้างความรู้เข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ที่จะเปิดช่องทางให้ชุมชนและผู้ใช้แรงงานได้มีศักยภาพ และมีโอกาสได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเศรษฐกิจตามยุทธศาสตร์การเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2559) จุดเปลี่ยนสำคัญ คือ การพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อมและขนาดกลาง วิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อขยายฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความครอบคลุมมากขึ้น เป็นการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจสำหรับกลุ่มต่างๆ ในสังคม โดยสอดคล้องกันกับการกำหนดโมเดลเศรษฐกิจใหม่ “โมเดลประเทศไทย 4.0” หรือ “ไทยแลนด์ 4.0” ซึ่งเป็นโมเดลที่จะสร้างความมั่นคงใน ศตวรรษที่ 21 (ไทยรัฐออนไลน์, 2559)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงจำเป็นต้องศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนของจังหวัดสระบุรีในยุค 4.0 เพื่อให้รู้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจในโลกยุคดิจิทัล โดยเฉพาะการเติบโตทางเศรษฐกิจของจังหวัดสระบุรี ที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมอย่างต่อเนื่อง ทำให้มีการปรับตัวและการเติบโตของธุรกิจตลาดนัดชุมชน จึงได้ศึกษาถึงกลุ่มที่มีส่วนได้ส่วนเสีย และปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชน ตลอดจนแนวทางในการสร้างธุรกิจ สร้างความเข้าใจและเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการตลาดนัดชุมชนยุค 4.0

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อปัจจัยส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรีในยุค 4.0
- 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนที่มีต่อความสำเร็จด้านผลการดำเนินงานตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรีในยุค 4.0

สมมติฐานการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถตั้งสมมติฐานว่า ปัจจัยส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนมีอิทธิพลต่อความสำเร็จด้านผลการดำเนินงานตลาดนัดชุมชนในยุค 4.0

ขอบเขตของปัญหา

การวิจัยครั้งนี้ทำการศึกษาจากตลาดนัดชุมชน 5 อำเภอ ของจังหวัดสระบุรี ได้แก่ อำเภอเสาไห้ อำเภอพระพุทธบาท และอำเภอมวกเหล็ก โดยเลือกแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4P's ของ Kotler and Armstrong (2004) รวมถึงปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับ “ไทยแลนด์ 4.0” มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยส่วนประสมการตลาด หมายถึง ชุดเครื่องมือทางการตลาดที่ผู้ประกอบการใช้ดำเนินงานเพื่อสนองความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยส่วนประสมการตลาดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยผู้ประกอบการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ โดยสินค้าที่ศึกษาจากตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสระบุรี ประกอบด้วย กลุ่มสินค้าเครื่องแต่งกาย กลุ่มสินค้าอาหารสด กลุ่มสินค้าอาหารสำเร็จรูป กลุ่มสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มสินค้าเครื่องเล่นต่างๆ และกลุ่มสินค้าผักและผลไม้
2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินหรือรูปสิ่งอื่นๆ ที่มีความจำเป็นต้องจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์จากตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสระบุรี
3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กระบวนการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากผู้ผลิตไปยังตลาดนัดชุมชนในจังหวัดสระบุรีที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ผู้บริโภค
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เครื่องมือการสื่อสารเพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อ สร้างความคิดและพึงพอใจต่อสินค้าหรือบริการ หรือต่อร้านค้า หรือต่อผู้ประกอบการ โดยใช้เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์หรือร้านค้า
5. เทคโนโลยีการจัดการ หมายถึง เทคโนโลยีสารสนเทศที่นำมาใช้ในกระบวนการจัดหา จัดเก็บ สร้าง และเผยแพร่สารสนเทศในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นเสียง ภาพ ภาพเคลื่อนไหวข้อความ หรือตัวอักษร และตัวเลข เพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อและเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์หรือร้านค้า

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

สถิติประชากรตามทะเบียนราษฎร ปีพ.ศ. 2560 จังหวัดสระบุรี มีประชากร จำนวน 642,040 คน การศึกษาครั้งนี้ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงจากประชากร 5 อำเภอ จำนวน 330,540 คน กลุ่มตัวอย่างที่เลือกศึกษา จำนวน 500 คน ได้แก่ ประชากรอำเภอเสาไห้ จำนวน 33,841 คน กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 110 คน ประชากรอำเภอพระพุทธบาท

64,272 คน กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 105 คน ประชากรอำเภอวังม่วน จำนวน 20,107 คน คน กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 90 คน ประชากรอำเภอมวกเหล็ก จำนวน 56,549 คน กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 105 คน ประชากรอำเภอหนองแซง จำนวน 15,792 คน คน กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 75 คน จากตารางสำเร็จรูปคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 จำแนกตามระดับค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ ± 10 โดยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยให้ครอบคลุมกลุ่มผู้ประกอบการประเภทต่างๆ ได้แก่ กลุ่มผู้ขายเครื่องแต่งกาย กลุ่มผู้ขายอาหารสด กลุ่มขายอาหารสำเร็จรูป กลุ่มผู้ขายเครื่องอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มเครื่องเล่นต่างๆ กลุ่มผู้ขายผักและผลไม้

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตัวแปรตาม คือ ความสำเร็จด้านผลการดำเนินงานตลาดนัดชุมชน ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรีในยุค 4.0 ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านเทคโนโลยี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากงานวิจัยตลาดนัดชุมชนจังหวัดสงขลา โดย สุชาติ เพ็งหนู (2553) เพื่อได้แนวทางในการพัฒนาแบบสอบถาม จึงพัฒนาและปรับเนื้อหาแบบสอบถามให้ตรงกับหัวข้อวิจัยการปรับตัวของผู้ประกอบการตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรีในยุค 4.0 โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในการเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้จากอาชีพหลัก รายได้จากการประกอบการในตลาดนัด จำนวนวันในการขายต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการขายต่อครั้ง ประเภทสินค้าแหล่งที่มาของสินค้า

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรีในยุค 4.0 ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านเทคโนโลยี และความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อความสำเร็จด้านผลการดำเนินงานตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรีในยุค 4.0 โดยแต่ละคำถามจะมีความคิดเห็น 5 ระดับ ได้แก่ มีความสำคัญต่อการส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนอยู่ในระดับมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คนและได้ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญและนำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือโดยการหาความแม่นยำ (Precision) หรือความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability)

ของ Cronbach' alpha ได้ค่าสัมประสิทธิ์มากกว่า 0.90 ขึ้นไป ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความเชื่อถือ สามารถนำไปเก็บข้อมูลได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูล และตอบวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก รายได้จากอาชีพหลัก รายได้จากการประกอบการในตลาดนัด จำนวนวันในการขายต่อสัปดาห์ ระยะเวลาในการขายต่อครั้ง ประเภทสินค้า แหล่งที่มาของสินค้า สถิติที่ใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ

2. การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนและความความสำเร็จด้านผลการดำเนินงานตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรีในยุค 4.0 สถิติที่ใช้ คือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีการกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

3. ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน โดยการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชน และความความสำเร็จด้านผลการดำเนินงานตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรีในยุค 4.0 สถิติที่ใช้ คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis)

สรุปผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ประกอบการตลาดนัดชุมชน จังหวัดสระบุรี จำแนกตามปัจจัยทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าผู้ประกอบการตลาดนัดชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.8 มีอายุมากกว่า 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 56.6 สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/ปวช/ปวส คิดเป็นร้อยละ 55.3 ไม่มีอาชีพหลักและไม่ได้ประกอบธุรกิจส่วนตัวอื่น คิดเป็นร้อยละ 36.8 และ 28.6 ตามลำดับ ส่วนผู้มีอาชีพหลักส่วนใหญ่มีรายได้ไม่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 66.7 ส่วนใหญ่มีรายได้จากการประกอบการในตลาดนัดน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3,000 บาทต่อวัน คิดเป็นร้อยละ 70.4 เลือกจ่ายค่าเช่าแผงในราคาร้อยกว่าหรือเท่ากับ 200 บาทต่อวัน รวมคิดเป็นร้อยละ 87.5 ขายสินค้า 5-6 วันต่อสัปดาห์และขายทุกวัน รวมคิดเป็นร้อยละ 62.5 มีระยะเวลาในการขายต่อครั้ง 3-5 ชั่วโมง ร้อยละ 61.2 ส่วนใหญ่ขายสินค้ากลุ่มเครื่องเล่น/ของเล่นต่างๆ และอาหารสำเร็จรูป ร้อยละ 23.4 และ 22.0 ตามลำดับ และส่วนใหญ่รับสินค้ามาจากพ่อค้าคนกลาง ร้อยละ 68.4

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรี

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรีในยุค 4.0 ดังที่แสดงไว้ในตารางที่ 1 พบว่าระดับค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชน ด้านส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าด้านผลิตภัณฑ์และด้านสถานที่ในการจัดจำหน่ายมีระดับความสำคัญมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$ และ $\bar{X} = 4.21$ ตามลำดับ) รองลงมา ได้แก่ ด้านราคา ($\bar{X} = 3.94$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.09$) มีระดับความสำคัญมากและปานกลาง ตามลำดับ ส่วนด้านเทคโนโลยีมีระดับความสำคัญน้อย ($\bar{X} = 2.16$)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชน

ปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชน	$\bar{X}$	SD	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.23	0.65	มากที่สุด
ด้านราคา	3.94	0.84	มาก
ด้านสถานที่ในการจัดจำหน่าย	4.21	0.73	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.09	0.98	ปานกลาง
ด้านเทคโนโลยี	2.16	1.24	น้อย
รวมเฉลี่ย	3.52	0.56	มาก

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนและความสำเร็จด้านผลการดำเนินงาน

ผลการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยกันว่ามีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) หรือไม่ ซึ่งเป็นข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญ ในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ดังตารางที่ 3 พบว่าปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชน ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านสถานที่ในการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน และมีความสัมพันธ์กับความสำเร็จด้านผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่ปัจจัยด้านสถานที่ในการจัดจำหน่ายไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านเทคโนโลยีไม่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่ในการจัดจำหน่าย รวมถึงความสำเร็จด้านผลการดำเนินงาน

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทั้ง 5 ด้าน มีความสัมพันธ์ทางบวกกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติโดยมีค่าอยู่ระหว่าง 0.138-0.573 ไม่พบว่ามีปัญหาภาวะร่วมเส้นตรงพหุ (Multicollinearity) โดยตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันเองไม่ควรสูงกว่า 0.80 ทั้งทางบวกและลบ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544) นอกจากนั้นดูค่า VIF ตัวแปรอิสระ ซึ่งทั้ง 5 ตัวมีค่าอยู่ระหว่าง

1.154-1.588 ซึ่ง VIF ไม่ควรเกิน 5 สรุปเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ระหว่างปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนและความสำเร็จด้านผลการดำเนินงาน และค่า VIF

ปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชน	1	2	3	4	5	6
1. ความสำเร็จด้านผลการดำเนินงาน	1	0.465 **	0.211 **	0.418 **	0.138 *	0.006
2. ด้านผลิตภัณฑ์		1	0.307 **	0.573 **	0.224 **	0.003
3. ด้านราคา			1	0.260 **	0.529 **	0.165 **
4. ด้านสถานที่ในการจัดจำหน่าย				1	0.084	-0.011
5. ด้านการส่งเสริมการตลาด					1	0.356 **
6. ด้านเทคโนโลยี						1
ค่า VIF		1.588	1.502	1.532	1.587	1.154

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนและความสำเร็จด้านผลการดำเนินงาน

ผลจากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) เมื่อเพิ่มปัจจัยทีละตัวระหว่างปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนและความสำเร็จด้านผลการดำเนินงาน ดังที่แสดงไว้ในตารางที่ 3 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเป็น 0.501 และสามารถร่วมกันพยากรณ์ความสำเร็จด้านผลการดำเนินงานได้ร้อยละ 25.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์ เท่ากับ ± 0.709 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ พบว่าตัวแปรพยากรณ์ที่ส่งผลทางบวกต่อความสำเร็จด้านผลการดำเนินงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 2 ตัว คือ ปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนด้านผลิตภัณฑ์และด้านสถานที่ในการจัดจำหน่าย ซึ่งส่งผลทางบวก ส่วนปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดอื่นๆ รวมถึงด้านเทคโนโลยี ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise multiple regression analysis) ระหว่างปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนและความสำเร็จด้านผลการดำเนินงาน

ปัจจัย	b	Std. Error	Beta	t
ด้านผลิตภัณฑ์	0.423**	0.287	0.336	5.516
ด้านสถานที่ในการจัดจำหน่าย	0.253**	0.077	0.226	3.707
ค่าคงที่ (Constant)	1.118**	0.068		3.897
R = 0.501 R Square = 0.251 Adjusted R Square = 0.246 Standard Error = 0.709 F = 50.371				

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

อภิปรายผล

จากการศึกษาความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อปัจจัยส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรีในยุค 4.0 ผู้วิจัยมีประเด็นอภิปราย ดังนี้

1. ผลการศึกษาค้นคว้าความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่มีต่อปัจจัยส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรี ในยุค 4.0 พบว่า โดยภาพรวมความคิดเห็นต่อปัจจัย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ในการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมากและมากที่สุด แต่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง และปัจจัยด้านเทคโนโลยี อยู่ในระดับน้อย ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการในตลาดนัดชุมชนมองว่าการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านสถานที่ในการจัดจำหน่าย เนื่องจากเป็นสินค้าอุปโภคและบริโภคที่คล้ายๆ กัน ความสดใหม่ของผลิตภัณฑ์ ราคาที่ถูกลงกว่า หรือราคาเท่ากันแต่ปริมาณที่ได้รับมากกว่าคู่แข่ง และความสะดวกของสถานที่ในการเดินทางมาถึง เป็นปัจจัยส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชน ซึ่งตรงกับผลงานวิจัยของ ต๊ะ เลิศพัชราชา และพงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต (2558) ชิตาภรณ์ ศักดิ์โกมลพิทักษ์ (2558) และอำพัน ศิริสม และดิฐา แสงวัฒนะชัย (2561) ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านสถานที่ในการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยสำคัญมากต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในตลาดนัดชุมชน แต่ความคิดเห็นต่อปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านเทคโนโลยี อยู่ในระดับปานกลางและในระดับน้อย อาจจะเป็นเนื่องจากผู้ประกอบการยังไม่เห็นความจำเป็นในการทำการส่งเสริมการตลาดและการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการประกอบการ เนื่องจากขนาดกิจการที่มีขนาดเล็ก และการประกอบกิจการมีข้อจำกัดเรื่องสถานที่และเวลาที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

2. ผลการศึกษาค้นคว้าความสัมพันธ์ของปัจจัยส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนที่มีต่อความสำเร็จด้านผลการดำเนินงานตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรีในยุค 4.0 พบว่าปัจจัยที่ส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนด้านผลิตภัณฑ์และด้านสถานที่ในการจัดจำหน่าย มีผลทางบวกต่อความสำเร็จด้านผลการดำเนินงานตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรีในยุค 4.0 ตรงกับผลงานวิจัยของ กัญจนนภที่ปี

ชลสินธนากุลย์ และชุตินาวดี ทองจีน (2559) ที่พบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านสถานที่ในการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่ตลาดนัดของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่บริเวณชุมชนรังสิต ทั้งนี้อาจจะมีสาเหตุมาจากผู้ประกอบการมีความเห็นว่าการตัดสินใจซื้อสินค้าแต่ละครั้งผู้บริโภคคำนึงถึงทางเลือกผลิตภัณฑ์ที่ให้ประโยชน์มากที่สุด (วิไลวรรณ ศิริอำไพ, 2555) ผู้บริโภคเลือกที่จะมาใช้บริการตลาดนัดที่มีการเดินทางง่าย สะดวก อีกทั้งยังมีที่จอดรถเพียงพอ กว้างขวาง (จิตาภรณ์ ศักดิ์โกมลพิทักษ์, 2558) ส่วนปัจจัยด้านเทคโนโลยี ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของยุค 4.0 ไม่มีผลต่อความสำเร็จด้านผลการดำเนินงานตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรี อาจจะเนื่องจากผู้ประกอบการยังไม่เห็นความจำเป็นในการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการประกอบการ เนื่องจากขนาดกิจการที่มีขนาดเล็ก สินค้าที่เพื่อบริโภคทั่วไป ต้นทุนทางเทคโนโลยี และทักษะในการใช้เทคโนโลยี ซึ่งผลการศึกษาไม่สอดคล้องกับผลการศึกษาของ จิตาภรณ์ ศักดิ์โกมลพิทักษ์ (2558) อาจจะเป็นเพราะลักษณะที่แตกต่างของผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาพบว่าปัจจัยส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชน ในเขตจังหวัดสระบุรี ในยุค 4.0 ด้านเทคโนโลยี ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของประเทศไทยยุค 4.0 ไม่มีผลต่อความสำเร็จด้านผลการดำเนินงานตลาดนัดชุมชนในเขตจังหวัดสระบุรี เป็นวิสัยทัศน์เชิงนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย ที่ต้องการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม แต่ดูเหมือนผู้ประกอบการตลาดนัดชุมชน ในเขตจังหวัดสระบุรี ยังไม่เห็นความสำคัญของเทคโนโลยี ดังนั้นภาครัฐควรมียุทธศาสตร์ นโยบาย และการดำเนินการที่มีส่วนส่งเสริมและปรับเปลี่ยนทัศนคติ และพฤติกรรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อใช้ในการประกอบธุรกิจเพื่อให้สามารถผลิตสินค้า และจัดจำหน่ายในสถานที่และเวลาที่เหมาะสม ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวจัยปัจจัยส่งเสริมเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนตัวแปรอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านกายภาพ ปัจจัยทางด้านกระบวนการ ปัจจัยทางด้านบุคลากร เป็นต้น โดยวิธีการเจาะลึกหรือการศึกษาแบบวิธีผสมผสาน (Mix Method Research) เพื่อให้ได้ผลการวิจัยเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจตลาดนัดชุมชนในเชิงลึกต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย (2560). สถิติประชากรตามทะเบียนราษฎร. (ออนไลน์). สืบค้นจาก: <https://th.wikipedia.org> (2562, 27 กุมภาพันธ์).
- กัญจนนภที่ป์ ชลสินธนากุลย์ และชุติมาวดี ทองจีน (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่ตลาดนัดของผู้บริโภคบริเวณชุมชนรังสิต. การประชุมวิชาการระดับชาติปัญญาภิวัฒน์ ครั้งที่ 6 วันที่ 29 กรกฎาคม 2559 สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์.
- จิตาภรณ์ ศักดิ์โกมลพิทักษ์ (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการตลาดนัดตอนกลางคืน ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ด๊ะ เลิศพัชราชา และ พงษ์เสฐียร เหลืองอลงกต (2558). ความคิดเห็นของลูกค้าต่อปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสินค้าในตลาดนัดเจ็ทสะ นายายอาม อำเภอนายายอาม จังหวัดจันทบุรี. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา. 9 (1); 1-7.
- ไทยรัฐออนไลน์ (2559). ไชรัทประเทศไทย 4.0 สร้างเศรษฐกิจใหม่ ก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง. (ออนไลน์). สืบค้นจาก: <https://www.thairath.co.th/content/613903> (2562, 28 กุมภาพันธ์).
- วิไลวรรณ ศิริอำไพ. (2555). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวตลาดโบราณบ้านสะแกกรัง (ถนนคนเดินตรอกโรงยา) จังหวัดอุทัยธานี. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ (2545). การใช้สถิติในการวิจัยอย่างถูกต้องและได้มาตรฐานสากล. กรุงเทพฯ : บริษัท เพื่องฟ้า พรินต์ติ้งจำกัด.
- สุชาติ เพ็งหนู (2553). แนวทางการพัฒนาตลาดนัดชุมชน :กรณีศึกษาการพัฒนาตลาดนัดเกาะหมี่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎามนตรี (2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564. กรุงเทพฯ : สำนักงานกฤษฎามนตรี.
- อำพัน ศิริสม และดิฐา แสงวัฒนะชัย (2561). การศึกษารูปแบบตลาดนัดชุมชนตำบลนาโพธิ์ อ. กุดรัง จ. มหาสารคาม. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 37 (3); 207-221.
- Kotler, Phillip and Gary Armstrong. (2004). Principles of Marketing. (10th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

ปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Factor Analysis of Product Attributes Affected to Purchasing Decision on Big Bikes of Consumers in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

ณัฐวุฒิ บุญประดับ¹ ภิญญาดา รื่นสุข²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อจักรยานยนต์บิ๊กไบค์, ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ด้านตราสินค้า ด้านสินค้าให้เลือก ด้านคุณภาพ ด้านการออกแบบ ด้านการบริการ และด้านการรับประกันที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่ซื้อจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาทั้งหมด 195 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานการวิจัยโดยการวิเคราะห์หาค่า t - test และ F - test และใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุด้วยวิธีแบบขั้นตอน

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 31 – 40 ปี มีสถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรี/เทียบเท่า ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนและมีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สำหรับผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ ได้แก่ ด้านสินค้าให้เลือก ด้านการออกแบบ ด้านการรับประกัน ด้านการบริการ และด้านตราสินค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ คุณลักษณะผลิตภัณฑ์, การตัดสินใจซื้อและ จักรยานยนต์บิ๊กไบค์

¹ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

E-Mail: Benbenz_13@windowslive.com

² บริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

E-Mail: Pinyada1234@hotmail.com

Abstract

The objectives of this research were to study the demographic data that affected to purchasing decision on big bikes. To investigate the level of opinions on product attributes such as branding, product variety, product quality, product design, service and warranty, which affected to purchasing decision on big bikes. Besides, the study of product factors affected to purchasing decision on Big Bikes of Consumers in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The population were the big bikers in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The research instrument was a questionnaire for collecting data from 195 big bikers of Ayutthaya Big Bike Rider Club. Additionally, analyze data by statistical software. The analytical techniques include percentage, means and standard deviation, respectively. The t – test, F – test and Multiple Regression Analysis by stepwise method was also applied to testing the hypothesis.

The study found that the factor analysis of product attributes affected to purchasing decision on Big Bikes in overall was considered at the highest level. For the hypothesis testing found that the demographic data including the difference in marital status and income affected to purchasing decision on Big Bikes of Consumers in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. In term of the product factors, it has shown that the branding, product variety, product design, service and warranty affected to purchasing decision on big bikes at a statistically significant level of 0.05.

Keywords : Product Attributes, Purchasing Decision, Big Bikes

บทนำ

ในปัจจุบันรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่หรือรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์เป็นประเภทรถจักรยานยนต์ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นโดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตลาดรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มาจากผู้ผลิตรถจักรยานยนต์จากหลากหลายสัญชาติทั้งญี่ปุ่น จีน และยุโรป เริ่มให้ความสนใจในการเข้ามาตั้งโรงงานผลิตหรือประกอบ เพื่อเป็นฐานการผลิตในการทำตลาดในประเทศไทยและส่งออกไปยังประเทศในภูมิภาคอาเซียน ทำให้ภาพรวมของธุรกิจรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ในประเทศไทยเกิดกระแสความนิยมและสร้างความตื่นตัวให้กับวงการธุรกิจรถจักรยานยนต์เป็นอย่างมาก ด้วยประโยชน์จากสิทธิพิเศษทางภาษี ประกอบกับการสนับสนุนจากบริษัทไฟแนนซ์ ทำให้ราคาของรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ในปัจจุบันนั้นสามารถเข้าถึงผู้ใช้รถจักรยานยนต์ได้มากขึ้นส่งผลถึงความนิยมในการใช้รถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์บนท้องถนนเมืองไทย

อย่างแพร่หลาย โดยหลายปีมานี้รถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์เป็นที่นิยมมากขึ้น จะสังเกตได้จากแบรนด์รถบิ๊กไบค์ยี่ห้อต่างๆที่เริ่มเข้ามาทำการตลาดในประเทศไทย ทำให้รถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์เป็นที่น่าสนใจอย่างมาก โดยเฉพาะหนุ่มสาวที่ชอบในความเร็ว อยากเข้าสังคม โดยได้แรงบันดาลใจจากหนัง หรือโฆษณา เป็นต้น (กรชนก ดิษฐเล็ก, 2560)

จากข้อมูลการจดทะเบียนกรมการขนส่งทางบก กระทรวงคมนาคม พบว่า ปี 2560 รถจักรยานยนต์ มียอดการจดทะเบียนสะสมเติบโตมากขึ้นทุกปี ดังจะเห็นได้จากสถิติจำนวนรถใหม่ (ป้ายแดง) ที่จดทะเบียน โดยแยกยี่ห้อรถ ประเภทรถจักรยานยนต์ (รย.12) ทั่วประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 – 2560 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงสถิติจำนวนรถที่จดทะเบียนสะสมประเภทรถจักรยานยนต์ทั่วประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2558 – 2560

สถิติจำนวนรถใหม่	พ.ศ. 2558 (จำนวนคัน)	พ.ศ. 2559 (จำนวนคัน)	พ.ศ. 2560 (จำนวนคัน)
ยี่ห้อ BMW	5,444	6,938	8,656
KAWASAKI	334,600	337,504	338,029
YAMAHA	3,687,560	3,768,337	3,856,808
TRIUMPH	1,648	4,165	6,985
DUCATI	9,387	11,559	12,682
HARLEY DAVIDSON	10,034	10,652	11,295
HONDA	14,570,204	14,781,499	15,036,550
SUZUKI	775,440	847,771	958,489
KTM	477	1,793	2,623
รวม	1,709,817	19,770,218	20,232,117

ที่มา : กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน กรมขนส่งทางบก (ณ วันที่ 31 กรกฎาคม 2561)

จากตารางที่ 1 แสดงสถิติจำนวนรถใหม่ที่จดทะเบียนประเภทรถจักรยานยนต์ ตั้งแต่เดือน มกราคม 2558 เป็นต้นมา พบว่า มีจำนวนรถจักรยานยนต์เพิ่มมากขึ้นทุกปี ซึ่งจากยี่ห้อที่ยกมาทั้ง 9 ยี่ห้อ นั้น เป็นยี่ห้อรถจักรยานยนต์ที่มีรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ขาย และเป็นที่ยอดนิยมมากในประเทศไทย ด้วยกระแสความนิยมในปัจจุบัน ส่งผลถึงการขยายตัวของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์จากทุกค่ายอย่างรวดเร็ว โดยมีการจัดศูนย์ตัวแทนจำหน่ายเพื่อจำหน่ายและให้บริการหลังการขายอย่างครบวงจร เพื่อรองรับความต้องการของผู้ขับขี่รถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ ทั้งนี้ศูนย์พยากรณ์

เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย (17 ธันวาคม 2558) ได้มีการพยากรณ์ว่า ธุรกิจจำหน่ายรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์เป็น 1 ใน 10 ธุรกิจดาวรุ่ง ในปี 2559 โดยจากบทสัมภาษณ์คุณสุชาติ อรุณแสงโรจน์ กรรมการบริหารและผู้จัดการทั่วไป ส่วนงานขาย บริษัท เอ.พี. ฮอนด้า จำกัด ได้มีการคาดการณ์ว่า ในปี 2559 นี้ ตลาดรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์มีโอกาสที่จะเติบโตได้ถึง 20% (ฐานเศรษฐกิจ, 19 มกราคม 2561) ซึ่งจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นอีกจังหวัดหนึ่งที่มีประชากรในจังหวัดเลือกใช้รถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์เป็นจำนวนมาก ดังจะเห็นได้จากตารางแสดงรถจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติรถยนต์พ.ศ. 2522 จำแนกตามประเภทรถจักรยานยนต์ขนาด 250 ซีซี ขึ้นไป พ.ศ. 2553 – 2557 ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ตารางที่ 2 แสดงรถจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522 จำแนกตามประเภทรถจักรยานยนต์ขนาด 250 ซีซี ขึ้นไป พ.ศ. 2553 – 2557 ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

รถจดทะเบียนประเภทรถจักรยานยนต์ขนาด 250 ซีซี ขึ้นไป ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	
ปี พ.ศ.	จำนวน(คัน)
2553	125,852
2554	133,495
2555	146,077
2556	198,628
2557	201,623

ที่มา : สำนักงานขนส่งจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (2 พฤศจิกายน 2559)

ตารางที่ 3 แสดงยอดจำหน่ายของรถจักรยานยนต์ในแต่ละปี จำแนกตามประเภทรถจักรยานยนต์ขนาด 250 ซีซี ขึ้นไป พ.ศ. 2555 – 2560 ทั่วประเทศไทย

รถจดทะเบียนประเภทรถจักรยานยนต์ขนาด 250 ซีซี ขึ้นไป	
ปี พ.ศ.	จำนวน(คัน)
2555	6,206
2556	13,423
2557	16,603
2558	19,962
2559	23,985
2560	17,098 (ครึ่งปีแรก)

ที่มา : ลงทุนแมน (ลงทุนในความรู้อย่างไร). [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ 1 กรกฎาคม 2561

จากข้อมูลตารางที่ 2 และ 3 แสดงให้เห็นว่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยาและภาพรวมของการซื้อรถในประเทศไทยมีการจดทะเบียนและการจำหน่ายรถจักรยานยนต์ขนาดใหญ่หรือบิ๊กไบค์จำนวนมากขึ้น และมีแนวโน้มความต้องการซื้อเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ และด้วยการเติบโตอย่างรวดเร็วนี้เอง เป็นที่มาของการแข่งขันของผู้ประกอบการเพื่อตอบสนองความต้องการสูงสุดของผู้ใช้รถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ เป็นเหตุให้ตลาดการจัดจำหน่ายรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์มีการแข่งขันกันสูงมาก ทำให้ผู้ประกอบการที่มีอยู่เดิมหรือผู้ประกอบการรายใหม่ที่จะสนใจจะเข้าสู่ตลาดการจัดจำหน่ายและให้บริการธุรกิจนี้นั้นมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาถึงผลิตภัณฑ์ ยี่ห้อ ความชื่นชอบ ความพึงพอใจของลูกค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง มิเช่นนั้นธุรกิจจะไม่สามารถแข่งขันหรือสามารถคงอยู่ในตลาดที่มีการแข่งขันสูงเช่นนี้ได้ โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่ารถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์จะมีแนวโน้มขยายตัวกว่าร้อยละ 30 หรือคิดเป็นยอดจดทะเบียนกว่า 70,000 คัน (กรชนก ดิษฐเล็ก, 2560)

ดังนั้น การศึกษาปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จึงมีความสำคัญอย่างมากในอุตสาหกรรมรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ การที่จะสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นนั้นข้อมูลทางด้านคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการเป็นสิ่งจำเป็นอันดับแรกสำหรับผู้ประกอบการต้องคำนึงถึง การที่ผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการต้องทราบคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการนี้จะช่วยสร้างความมั่นใจว่าผู้ผลิตเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคดีเพียงพอ และสามารถทำนายได้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นจะมีตลาดรองรับ ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้จะให้ประโยชน์กับผู้ประกอบการธุรกิจรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ ทั้งในส่วนของผู้ผลิตและศูนย์จำหน่ายที่จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ ทั้งในการใช้เป็นข้อมูล ช่วยในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

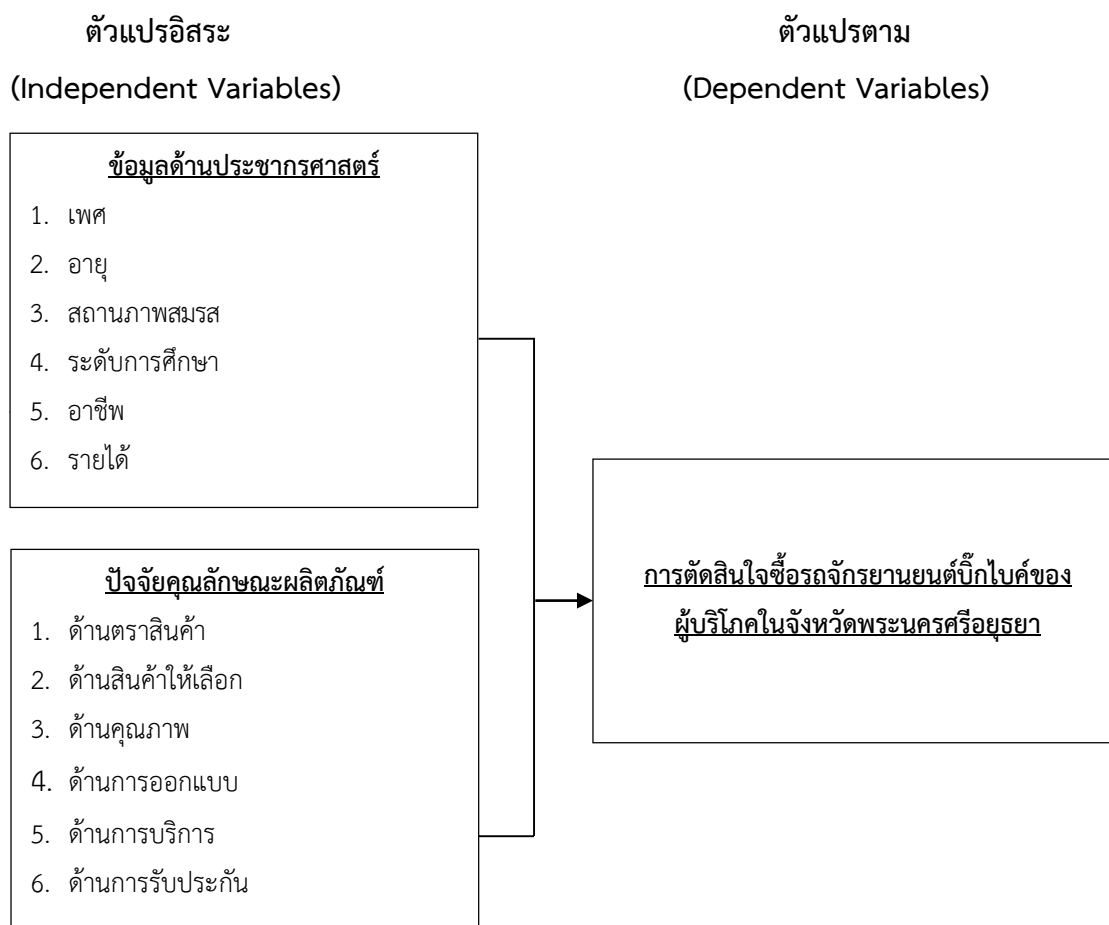
1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ด้านตราสินค้า ด้านสินค้าให้เลือก ด้านคุณภาพ ด้านการออกแบบ ด้านการบริการและด้านการรับประกันในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ด้านตราสินค้า ด้านสินค้าให้เลือกด้านคุณภาพ ด้านการออกแบบ ด้านการบริการและด้านการรับประกัน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

ทฤษฎีคุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์ตามทฤษฎีของ Kotler (Kotler, Philip. 2003) ที่เกี่ยวข้องกับกับคุณลักษณะด้านผลิตภัณฑ์รถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ มีดังนี้

1. ความหลากหลาย
2. คุณภาพ
3. การออกแบบ
4. รูปแบบ
5. ตราผลิตภัณฑ์
6. บรรจุภัณฑ์
7. การบริการ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิด

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือผู้ที่ขับขีรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์และเป็นสมาชิกในชมรมสังคมสองล้อ บิ๊กไบค์ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวนประชากรทั้งหมด 195 คน (ชมรมสังคมสองล้อ บิ๊กไบค์ อยุธยา, 30 มีนาคม 2561) แบบสอบถามที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น Cronbach's alpha อยู่ระหว่าง 0.70 – 0.91 ซึ่งค่ามากกว่า 0.70 ซึ่งหมายความว่าแบบสอบถามชุดนี้มีความน่าเชื่อถือในระดับยอมรับได้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวิธีการทดสอบทดสอบด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยวิธีแบบขั้นตอน (Stepwise) โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ผล ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม พ.ศ.2560 ถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ.2560 รวมเป็นเวลา 2 เดือน

สรุปผลการวิจัย

ด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 76.92 อายุส่วนใหญ่ อยู่ระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.30 สถานภาพสมรสส่วนใหญ่ มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 56.92 ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี/เทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 92.82 อาชีพส่วนใหญ่ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 50.76 รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45.64 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ระดับความคิดเห็นคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.32$) ด้านตราสินค้าของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.42$) ความคิดเห็นปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ด้านสินค้าให้เลือก ผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.09$) ความคิดเห็นปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.68$) ความคิดเห็นปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ด้านการออกแบบของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.15$) ความคิดเห็นปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ด้านการบริการของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.88$) ความคิดเห็นปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ด้านการรับประกัน ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.68$) การตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.57$)

ตารางที่ 4 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ จำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

การตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภค		
ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์	Sig.	ผลการทดสอบ
เพศ	0.052	ปฏิเสธสมมติฐาน
อายุ	0.211	ปฏิเสธสมมติฐาน
สถานภาพสมรส	0.030*	ยอมรับสมมติฐาน
ระดับการศึกษา	0.737	ปฏิเสธสมมติฐาน
อาชีพ	0.080	ปฏิเสธสมมติฐาน
รายได้ต่อเดือน	0.003*	ยอมรับสมมติฐาน

* อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสถิติที่ใช้ในการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ จำแนกตามข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ พบว่า สถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือน มีค่า Sig. น้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง H_1 หมายความว่า สถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือน ที่ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา แตกต่างกัน ส่วนเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก H_0 หมายความว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ ของปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภค ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ลำดับการเข้าสมการของตัวแปรพยากรณ์	R	R ²	Adjusted R ²	F
(X ₂)	0.353	0.125	0.120	27.483*
(X ₂) (X ₄)	0.408	0.166	0.158	19.165*
(X ₂) (X ₄) (X ₆)	0.432	0.187	0.174	14.633*
(X ₂) (X ₄) (X ₆) (X ₅)	0.455	0.207	0.190	12.405*
(X ₂) (X ₄) (X ₆) (X ₅) (X ₁)	0.478	0.229	0.208	11.215*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่า ปัจจัยด้านสินค้าให้เลือก (X_2) สามารถทำนายเรื่อง ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (Adjusted R^2) ดังที่แสดงไว้ในตารางแสดงว่าสามารถพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปัจจัยด้านสินค้าให้เลือก ได้ร้อยละ 12.50 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ ร้อยละ 16.60 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ ร้อยละ 18.70 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ ร้อยละ 20.70 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ ร้อยละ 22.90

ตารางที่ 6 แสดงสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์การถดถอยพหุคูณของตัวแปรในสมการพยากรณ์การตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยใช้วิธี Stepwise

ตัวแปรพยากรณ์ที่นำเข้าสู่สมการทั้งหมด					
ในขั้นตอนเดียว	b	SE _b	β	t	sig
ปัจจัยด้านสินค้าให้เลือก (X_2)	0.109	0.035	0.231	3.128	0.002
ปัจจัยด้านการออกแบบ (X_4)	0.133	0.046	0.211	2.916	0.004
ปัจจัยด้านการรับประกัน (X_6)	0.170	0.057	0.203	2.987	0.003
ปัจจัยด้านการบริการ (X_5)	0.112	0.043	0.184	2.582	0.011
ปัจจัยด้านตราสินค้า (X_1)	0.118	0.051	0.154	2.308	0.022
R = 0.478		SE _{est}	=		
R ² = 0.229	Adjusted R ² =	a	0.22879		
0.208	Durbin –		= 4.457		
F = 11.215	Watson		= 2.095		

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 6 พบว่า ปัจจัยด้านสินค้าให้เลือก (X_2) ปัจจัยด้านการออกแบบ (X_4) ปัจจัยด้านการรับประกัน (X_6) ปัจจัยด้านการบริการ (X_5) และปัจจัยด้านตราสินค้า (X_1) สามารถพิจารณาได้ว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยใดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (Y) ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (Adjusted R^2) ได้ร้อยละ 20.8 และ ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณของตัวแปรเกณฑ์ (Y) และตัวพยากรณ์ (X_2 ,

X_4, X_6, X_5, X_1) มีค่าเท่ากับ 0.478 และค่าความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นจากการพยากรณ์เท่ากับ 0.22879 โดยมีสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ (b) เท่ากับ 0.109, 0.133, 0.170, 0.112, และ 0.118 และค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ ในรูปคะแนนมาตรฐาน β เท่ากับ 0.231 0.211 0.203 0.184 และ 0.154 ส่วนค่า Durbin – Watson เป็นค่าสถิติที่ใช้ทดสอบความเป็นอิสระต่อกันของค่าความคลาดเคลื่อน ซึ่งเป็นเงื่อนไขหนึ่งการวิเคราะห์ความถดถอย ในที่นี้ได้ Durbin – Watson = 2.095 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1.5 แสดงว่า ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน เมื่อทำการถดถอยพหุคูณ พบว่า ถ้าปัจจัยด้านสินค้าให้เลือก (X_2) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย คาดว่าจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพิ่มขึ้น 0.109 ถ้าปัจจัยด้านการออกแบบ (X_4) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย คาดว่าจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพิ่มขึ้น 0.133 ถ้าปัจจัยด้านการรับประกัน (X_6) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย คาดว่าจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพิ่มขึ้น 0.170 ถ้าปัจจัยด้านการบริการ (X_5) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย คาดว่าจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพิ่มขึ้น 0.112 และถ้าปัจจัยด้านตราสินค้า (X_1) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย คาดว่าจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพิ่มขึ้น 0.118

อภิปรายผลการวิจัย

1. จากการศึกษาสามารถอภิปรายระดับความคิดเห็นในแต่ละปัจจัย ได้ดังนี้

1.1 ปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ด้านตราสินค้าอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ กรชนก ดิษฐเล็ก (2558) และ กฤษฎา ตันเปาว์ และคณะ (2559) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ตราสินค้าเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างการจดจำให้แก่ผู้บริโภคจนนำไปสู่การเลือกซื้อและพัฒนาเป็นความภักดีของผู้บริโภค โดยการรู้จักชื่อตราสินค้าคือจุดเริ่มต้นของพฤติกรรมซื้อ เนื่องจากเมื่อผู้บริโภคสามารถจดจำและระลึกถึงชื่อของตราสินค้าได้ แสดงว่าตราสินค้านั้นมีพื้นที่อยู่ในใจของผู้บริโภค และผลิตภัณฑ์ภายใต้ตราสินค้านั้นย่อมถูกผู้บริโภคเลือกซื้อมากกว่าตราสินค้าที่ไม่เป็นที่รู้จัก

1.2 ปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ด้านสินค้าให้เลือกอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ กรชนก ดิษฐเล็ก (2558) และ กฤษฎา ตันเปาว์ และคณะ (2559) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกหลากหลายในรูปลักษณะ สี ขนาดของเครื่องยนต์ ประเภทของรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการและมีรสนิยมที่แตกต่างกันไป ผู้จัดจำหน่ายหรือผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีผลิตภัณฑ์ให้เลือกสรรอย่างหลากหลายเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น

1.3 ปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ด้านคุณภาพอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ กรชนก ดิษฐเล็ก (2558) และ กฤษฎา ตันเปาว์ และคณะ (2559) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า คุณภาพเป็นการวัดการทำงานและวัดความคงทนของตัวรถ เกณฑ์ในการวัดคุณภาพถือหลักความพึงพอใจของลูกค้าและคุณภาพที่เหนือกว่าคู่แข่ง ผู้ประกอบการจึงควรตระหนักว่าสินค้าต้องมีคุณภาพดีอย่างสม่ำเสมอและมีมาตรฐานเพื่อที่จะสร้างการยอมรับ

1.4 ปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ด้านการออกแบบอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ กรชนก ดิษฐเล็ก (2558) และ กฤษฎา ตันเปาว์ และคณะ (2559) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การออกแบบเป็นรูปลักษณะภายนอกที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้ ผู้บริโภคชอบในรูปทรงการออกแบบความทันสมัยของรูปแบบของตัวรถ

1.5 ปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ด้านการบริการอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ กรชนก ดิษฐเล็ก (2558) และ กฤษฎา ตันเปาว์ และคณะ (2559) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในบางครั้งก็ขึ้นอยู่กับนโยบายการให้บริการแก่ลูกค้าด้วย เช่น การให้บริการของพนักงานที่มีความรู้ความสามารถในการให้ข้อมูล ศูนย์บริการมีคุณภาพในการให้บริการที่ดี ติดต่อกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ผู้บริโภคจึงมักซื้อผลิตภัณฑ์จากตัวแทนจำหน่ายที่ให้บริการดีและถูกใจ

1.6 ปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ด้านการรับประกันอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ กรชนก ดิษฐเล็ก (2558) และ กฤษฎา ตันเปาว์ และคณะ (2559) ซึ่งอธิบายได้ว่า การรับประกันเป็นสิ่งที่คุณผลิตหรือผู้ขายจะชดเชยให้กับผู้บริโภคเมื่อผลิตภัณฑ์ไม่สามารถทำงานภายในระยะเวลาที่กำหนด การรับประกันจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการแข่งขัน โดยเฉพาะสินค้าประเภทรถยนต์หรือรถจักรยานยนต์ เพราะเป็นการลดความเสี่ยงจากการซื้อสินค้าของผู้บริโภค รวมทั้งเป็นการสร้างความเชื่อมั่น

1.7 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า การตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาโดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ กรชนก ดิษฐเล็ก (2558) และ กฤษฎา ตันเปาว์ และคณะ (2559) ทั้งนี้เพราะผู้บริโภคให้ความสนใจในตราสินค้า ลักษณะความแตกต่างของรถ สมรรถนะของรถ การออกแบบ การบริการก่อนและหลังการขาย และการรับประกัน คุณภาพที่มีความหลากหลายให้เลือกใช้บริการ ซึ่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ เมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า สมรรถนะของรถ การรับประกัน คุณภาพ การออกแบบของรถ ตราสินค้า การบริการก่อนและหลังการขายที่ดี และลักษณะของรถ อยู่ในระดับมากที่สุด

2. การวิเคราะห์ปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือ ด้านสินค้าให้เลือก

ด้านการออกแบบ ด้านการรับประกัน ด้านการบริการ และด้านตราสินค้า ส่วนปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา คือ ด้านคุณภาพ ซึ่งสามารถนำเสนอการอภิปรายผลว่า ปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ด้านตราสินค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ ด้านตราสินค้า ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ สามารถอธิบายได้ว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับตราสินค้า ในการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งหากตราสินค้ามีชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ มีความเป็นเอกลักษณ์และโดดเด่น มีความเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยี และมีภาพลักษณ์ด้านความหรูหรา ก็จะสามารถส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาได้ สอดคล้องตามผลการศึกษาของ กรชนก ดิษฐเล็ก (2558), กฤษฎา ต้นเปาว์ และคณะ (2559) และแนวคิดของ Philip Kotler (2003)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับผู้บริโภคในพื้นที่ที่ประชาชนมีรายได้และความต้องการที่จะซื้อสูงเช่นในพื้นที่ที่มีการจดทะเบียนรถจักรยานยนต์กลุ่มบิ๊กไบค์ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งหากผู้ประกอบการให้ความสำคัญตรงตามความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มผู้ซื้รถจักรยานยนต์นี้แล้วจะสามารถขยายธุรกิจรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ไปในพื้นที่อื่นๆ ได้ โดยการออกแสดงรถจักรยานยนต์ในการจัดงานแสดงโชว์รถ หรือในพื้นที่ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ที่มีการซื้อสูง รวมถึงการให้บริการหาแหล่งสินเชื่อเพื่อการเช่าซื้อรถจักรยานยนต์

2. ผู้ซื้ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยผลิตภัณฑ์ด้านคุณภาพ และด้านการรับประกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ได้เข้ามาศึกษา ควรมีการวางแผนการดำเนินธุรกิจ โดยนำข้อมูลการให้ความสำคัญในการเลือกซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคมาใช้ในการพิจารณาต่อไป

3. ผู้ซื้ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยผลิตภัณฑ์ในการพิจารณาตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสินค้าให้เลือก ด้านการออกแบบ ด้านการบริการด้านการรับประกัน และด้านตราสินค้า หากผู้ประกอบการให้ความสำคัญและมีการพัฒนาในด้านดังกล่าวอาจทำให้ธุรกิจมีการขยายตัวไปในพื้นที่ใกล้เคียงที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาปัจจัยด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภค รวมทั้งเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ของผู้บริโภคเพื่อใช้กำหนดกลยุทธ์ของผู้ประกอบการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาต่อไป

บรรณานุกรม

- กรชนก ดิษฐเล็ก. (2558). การตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ในจังหวัดนนทบุรี. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กฤษฎา ตันเปาว์, พงษ์พิชญ์ ชาวนา และอิศริย์ โมคินันท์โมเชิต. (2559). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อมอเตอร์ไซด์บิ๊กไบค์ของอำเภอเมือง จังหวัดระยอง. การประชุมวิชาการระดับชาติ สหวิทยาการเอเชียอาคเนย์ ครั้งที่ 3.
- กลุ่มสถิติการขนส่ง กองแผนงาน กรมขนส่งทางบก. (2561). สถิติจำนวนรถใหม่ที่จดทะเบียนประเภทจักรยานยนต์ขนาด 151 ซีซี ขึ้นไปทั่วประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2556 – 2558. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : https://apps.dlt.go.th/statistics_web/statistics.html, 1 กรกฎาคม 2561.
- ชมรมสังคมสองล้อ บิ๊กไบค์ อยุธยา. (2560). สมาชิกชมรมสังคมสองล้อ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.facebook.com/pages/category/Motor-Vehicle-Company/N-ZER-Ayutthaya-CLUB/>, 30 มีนาคม 2560.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2561). दुคาคติเร่งบริการเต็มสูบ รับดีลเลอร์บุกเมืองใหญ่. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.thansettakij.com/content/13053>, 19 มกราคม 2561.
- ลงทุนแมน. (2561, 22 ก.พ.). ยอดจำหน่ายของรถจักรยานยนต์ในแต่ละปี จำแนกตามประเภทรถจักรยานยนต์ขนาด 250 ซีซี ขึ้นไป พ.ศ.2555 – 2560 ทั่วประเทศไทย. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.longtunman.com/4529>, (เมื่อ 1 กรกฎาคม 2561).
- ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. (2558). 10 ธุรกิจเด่น ปี 2559. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://cebf.utcc.ac.th/analysis.php?typeid=1>, 17 ธันวาคม 2558.
- สำนักงานขนส่งจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2561). รถจดทะเบียนตามพระราชบัญญัติรถยนต์ พ.ศ. 2522 จำแนกตามประเภทรถจักรยานยนต์ขนาด 250 ซีซี ขึ้นไป พ.ศ. 2553 – 2557 ในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.dlt.go.th>, 1 กรกฎาคม 2561.
- Kotler, Philip. (1999). *Kotler on Marketing: How to Create, Win, and Dominate Markets*. New York : Free Press.
- _____. (2003). *Marketing Management*. New Jersey : The Millennium Edition. Prentice – Hall, Inc.

การเปรียบเทียบประสิทธิภาพระหว่างวิธีการคำตอบเชิงพันธุกรรมกับการหาค่า
เหมาะสมที่สุดแบบกลุ่มอนุภาคสำหรับการแก้ปัญหการจัดเส้นทางขนส่ง
A comparison of the efficiency between Genetic Algorithms and
Particle Swarm Optimization Algorithm for Solving VRP

จตุรวิทย์ ศศิธรานนท์¹ ปรียาณัฐ เอื้อยศิริเมธี¹ นันทิ สุทธิการณนัย²

บทคัดย่อ

การจัดเส้นทางขนส่ง (Vehicle Routing Problem: VRP) จัดเป็นวิธีการหนึ่งในการพัฒนาและแก้ปัญหามาตรฐานให้แก่อุตสาหกรรม ที่มุ่งหวังให้เพิ่มประสิทธิภาพในการขนส่งพร้อมทั้งก่อให้เกิดต้นทุนในการขนส่งสินค้าต่ำที่สุด วิธีการหาค่าตอบเชิงพันธุกรรม (Genetic Algorithm) และวิธีการหาค่าที่เหมาะสมที่สุดแบบกลุ่มอนุภาค (Particle Swarm Optimization) เป็นวิธีการที่ได้รับการยอมรับในหลายวงการว่าสามารถนำมาใช้หาคำตอบของปัญหาที่มีความยุ่งยากซับซ้อนได้อย่างมีประสิทธิภาพภายในระยะเวลาอันสั้น ในงานวิจัยฉบับนี้ได้นำวิธีการทั้งสองมาจัดเส้นทางขนส่งของกรณีศึกษา จากผลลัพธ์ที่ได้จากทั้งสองวิธีพบว่า ทั้งสองวิธีก่อให้เกิดระยะทางรวมในการขนส่งในทุกเส้นทางเท่ากับ 168 กิโลเมตร แต่วิธีการแบบกลุ่มอนุภาคสามารถคำนวณหาคำตอบได้ภายในเวลา 89.4 วินาที ในขณะที่วิธีการหาค่าคำตอบด้วยวิธีการคำตอบเชิงพันธุกรรมสามารถคำนวณหาคำตอบได้ภายในเวลา 123.7 วินาที

คำสำคัญ: การขนส่งสินค้า, วิธีการพันธุกรรม, การหาค่าคำตอบที่เหมาะสมแบบกลุ่มอนุภาค, การจัดเส้นทางขนส่ง

Abstract

Vehicle Routing Problem (VRP) is one the famous transportation improvement method, due to it can increase the transportation efficiency while keep the cost down. Genetic Algorithm and Particle Swarm Optimization are methods which are accepted in several industrial and education filed because both methods can solve a complex method within a small amount of time. This research aims to adopt both method to

¹ อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ วิทยาลัยนครราชสีมา E-Mail: eapsirimetee@gmail.com

² อาจารย์ประจำ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

solve the Vehicle Routing Problem of the case study. Both method returns the same value of the total transportation distance of all routes at 168 kilometers. Particle Swarm Optimization use 89.4 seconds to solve the problem, while Genetic Algorithm returns the answer within 123.7 seconds.

Keywords: Transportation, Genetic Algorithms, Particle Swarm Optimization, Vehicle Routing Problem

บทนำ

โดยทั่วไประบบการขนส่งจะถูกจัดการหรือกำหนดให้อยู่ภายใต้กระบวนการหรือตารางเวลาที่กำหนดขึ้น ดังนั้นในการวิเคราะห์ระบบการขนส่งจะต้องพิจารณาถึงปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบหลัก 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ผู้ต้องการเดินทางหรือสินค้าที่จะถูกขนส่ง ยานพาหนะที่ใช้ในการเคลื่อนย้ายคนหรือสินค้า และโครงสร้างพื้นฐานที่ใช้ในการขนส่ง (เกษม ชูจารุกุล, 2555) ปัญหาการจัดเส้นทางรถ (Vehicle Routing Problem) เป็นการออกแบบเส้นทางรถในแต่ละคัน ให้มีความเหมาะสมที่สุดในเรื่องของค่าใช้จ่ายและ ข้อจำกัดต่างๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย โดยรู้ปริมาณสินค้าและตำแหน่งของลูกค้าในแต่ละราย ข้อจำกัดว่าปริมาณสินค้าที่จัดส่งหรือปรับต้องไม่เกินความสามารถในการบรรทุกสูงสุดของรถขนส่งนั้นๆ และลูกค้าแต่ละรายจะได้รับหรือจ่ายสินค้าจากการขนส่งสินค้าจากคันเดียวหรือหลายคันก็ได้ รวมไปถึงเวลาในการวิ่งรถในแต่ละคันเพื่อส่งสินค้าให้ลูกค้านั้นมีจำกัดด้วย (นพรุจ สังข์แป้น และ สุรพงษ์ ศิริกุลวัฒนา, 2557) ด้วยเหตุนี้ ในการแก้ปัญหาการจัดเส้นทางรถเพื่อหาคำตอบที่ดีที่สุดนั้นจำเป็นต้องทำการสร้างแบบจำลองทางคณิตศาสตร์เพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น ซึ่งการคำนวณเชิงวิวัฒนาการ (Evolutionary Computation) เป็นวิธีการหนึ่งที่มีความนิยมในศาสตร์ด้านการเรียนรู้ของเครื่องจักร ซึ่งเป็นกระบวนการเรียนรู้โดยจำลองหลักการวิวัฒนาการของสิ่งมีชีวิต ขั้นตอนวิธีการหนึ่งที่เป็นที่รู้จักและใช้งานอย่างกว้างขวาง ได้แก่ ขั้นตอนวิธีเชิงพันธุกรรม (Genetic Algorithm) (พินิจ อ่อนน้อย, 2557) เป็นวิธีการทางเมตาฮิวริสติกที่ได้จำลองการสืบพันธุ์กรรมของสิ่งมีชีวิตที่เรียกว่า Genetic Algorithm โดยใช้หลักการในการเลียนแบบการพัฒนาทางวิวัฒนาการ มาเป็นวิธีการในการคัดเลือกคำตอบที่ดี และมีการพัฒนาจากรุ่นสู่รุ่นเพื่อที่จะให้ได้คำตอบที่ดีที่สุด โดยลักษณะของรุ่นพ่อแม่จะถูกถ่ายทอดไปยังรุ่นลูกโดยใช้รูปแบบของโครโมโซม (Chromosome) และในโครโมโซมจะประกอบไปด้วยยีนส์ (Gene) ซึ่งจะบ่งบอกถึงลักษณะของสิ่งมีชีวิตนั้นๆ เช่น สีผิว สีผม เป็นต้น และจากวิธีการ Evolutionary Algorithm สิ่งมีชีวิตที่แข็งแรงหรือสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมได้จะมีโอกาสที่จะสืบสายพันธุ์ต่อไป (Holland, 1975 อ้างถึงใน นพรุจ สังข์แป้น และ สุรพงษ์ ศิริกุลวัฒนา, 2557) โดยการทำงานจะใช้หลักการสุ่มสร้างคำตอบในรูปของสายอักขระที่มีความยาวจำกัด (Fixed-Length String)

ขึ้นมาจำนวนหนึ่งเพื่อใช้เป็นประชากรเริ่มต้น (Initial Population) จากนั้นจะทำการวิวัฒนาการคำตอบโดยใช้ตัวดำเนินการทางพันธุกรรม (Genetic Operator) ได้แก่ การสืบพันธุ์ (Reproduction) การไขว้เปลี่ยน (Crossover) และการกลายพันธุ์ (Mutation) จนได้คำตอบที่ต้องการ

ส่วนวิธีการหาคำตอบที่ดีที่สุดแบบการหาค่าเหมาะสมที่สุดแบบกลุ่มอนุภาค (Particle Swarm Optimization) หรือที่ย่อว่า PSO เป็นวิธีการหาคำตอบแบบสุ่ม (Random Search Algorithm) ประเภทหนึ่ง เช่นวิธีการคำตอบเชิงพันธุกรรม (Genetic Algorithm) โดยโปรแกรมที่สร้างขึ้นนั้นมีพื้นฐานในการปรับปรุงชุดคำตอบจากหลักการทางจิตวิทยาต่างๆที่เป็นความจริงพื้นฐานนำมาใส่ไว้ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์หลักจิตวิทยา ดังเช่น พิศุทธิ์ พงศ์ชัยฤกษ์, (2557) อธิบายว่ากลุ่มคนกลุ่มหนึ่งซึ่งมีสมาชิกหลากหลายคนและแต่ละคนมีหน้าที่ค้นหาดอกกล้วยไม้ หายากราคาแพง กลุ่มคนกลุ่มนี้ แยกย้ายกันหาดอกกล้วยไม้ตามจังหวัดต่างๆของประเทศไทย แต่ละคนมีโทรศัพท์มือถือที่สามารถติดต่อกันได้เมื่อใดที่สมาชิกคนใดคนหนึ่งค้นพบดอกกล้วยไม้ที่ดีกว่าที่สมาชิกในกลุ่มเคยพบมาจะทำการแจ้งข่าวแก่สมาชิกคนอื่นๆ เพื่อบอกให้สมาชิกคนอื่นมาช่วยตนเองหาดอกกล้วยไม้ในบริเวณละแวกที่ตนพบดอกกล้วยไม้นั้นแต่ในระหว่างที่เพื่อนกำลังเดินทางไปยังบริเวณที่แจ้งเพื่อช่วยกันหาบังเอิญพบว่ามีดอกกล้วยไม้ที่มีค่ามากกว่าสมาชิกคนนั้นก็ทำการแจ้งสมาชิกคนอื่นๆ ว่าพบดอกกล้วยไม้ที่ดีกว่าให้เปลี่ยนบริเวณรวมพลมาที่บริเวณใหม่ที่ตนเพิ่งพบดอกไม้ที่แพงกว่าแทนเป็นที่แน่นอน ว่าถ้าเราเป็นสมาชิกในกลุ่มที่ทำภารกิจค้นหาสมบัติเช่นนี้หรือเรากำลังเล่นเกมซ่อนแอบที่มีผู้หาหลายคน ทำงานเป็นทีมแล้วมันก็เป็นการสมเหตุสมผลที่จะใช้วิธีการค้นหาคล้ายๆกับการค้นหาในแบบ PSO ดังนั้น ด้วยแนวคิดดังกล่าว PSO จึงกลายมาเป็นวิธีการค้นหาคำตอบที่มีประสิทธิภาพระดับต้นๆ ซึ่งในโลกยุคปัจจุบันที่มีงานวิจัยทางวิศวกรรมมากมายที่ประยุกต์ใช้วิธีการ PSO ในการหาคำตอบที่ดีที่สุด

วิธีการคำตอบเชิงพันธุกรรมกับการหาค่าเหมาะสมที่สุดแบบกลุ่มอนุภาคเป็นที่นิยมนำมาใช้ในการหาค่าความเหมาะสมทั้งสองอัลกอริทึมเป็นอัลกอริทึมที่เลียนแบบมาจากพฤติกรรมกรหาอาหารของฝูงสัตว์ บทความนี้ได้นำเสนอเทคนิคของวิธีการคำตอบเชิงพันธุกรรมกับการหาค่าเหมาะสมที่สุดแบบกลุ่มอนุภาคและนำมาเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการหาค่าที่ดีที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพเทคนิคการแก้ปัญหาการจัดเส้นทางรถขนส่งระหว่างวิธีการคำตอบเชิงพันธุกรรมกับการหาค่าเหมาะสมที่สุดแบบกลุ่มอนุภาค

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยด้วยวิธีการทดลองอาศัยทฤษฎีอัลกอริทึมทางพันธุศาสตร์ (Genetic Algorithms; GAs) เปรียบเทียบกับวิธีการหาค่าเหมาะสมที่สุดแบบกลุ่ม

อนุภาค (Particle Swarm Optimization) สำหรับการแก้ปัญหาการจัดเส้นทางของการขนส่งสินค้าในการค้นหาคำตอบที่ดีที่สุด โดยแนวคิดของ GAs เป็นการหาคำตอบที่ดีที่สุดโดยข้อมูลถูกพิจารณาในรูปแบบของโครโมโซมที่มีการถ่ายทอดลักษณะทางพันธุกรรมจากบรรพบุรุษไปสู่รุ่นลูกหลานโดยใช้ค่าฟังก์ชันความเหมาะสม (Fitness function) ที่สอดคล้องกับฟังก์ชันวัตถุประสงค์ (Objective function) จากขั้นตอนเหล่านี้ทำให้สามารถหาคำตอบที่มีค่าสูงสุด (หรือต่ำสุด) สมบูรณ์ได้ และจากการหาคำตอบโดยใช้โครโมโซมในแต่ละรุ่น (Generations) ซึ่งมีการสุ่มคำตอบที่เป็นไปได้ทั้งหมดของปัญหา (Candidate Solution) ส่วนวิธีการหาคำตอบที่ดีที่สุดแบบการหาค่าเหมาะสมที่สุดแบบกลุ่มอนุภาค (Particle Swarm Optimization ; PSO) เป็นวิธีการหาคำตอบแบบสุ่ม (Random Search Algorithm) เช่นเดียวกับวิธีการคำตอบเชิงพันธุกรรม (Genetic Algorithm) จากโปรแกรมที่สร้างขึ้นนั้นมีพื้นฐานในการปรับปรุงชุดคำตอบจากหลักการทางจิตวิทยาที่เป็นความจริงพื้นฐานนำมาใส่ไว้ในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

หลักการที่เกี่ยวข้องกับวิธีการหาคำตอบที่เหมาะสมในการแก้ปัญหาการขนส่ง โดยการประยุกต์ใช้วิธีการคำตอบเชิงพันธุกรรม (Genetic Algorithm) กับการหาค่าเหมาะสมที่สุดแบบกลุ่มอนุภาค (Particle Swarm Optimization Algorithm; PSO)

1. วิธีการอัลกอริทึมทางพันธุศาสตร์ (Genetic Algorithm)

Genetic Algorithm เป็นวิธีการหาคำตอบของปัญหาที่มีขนาดใหญ่และมีความซับซ้อนเนื่องจากคุณสมบัติการเลียนแบบการถ่ายทอดลักษณะทางพันธุกรรมตามธรรมชาติโดยปกติจะนำค่าที่เหมาะสมที่สุดจากประชากรรุ่นก่อนมาใช้พิจารณาในการหาคำตอบของประชากรรุ่นถัดมา ซึ่งมีการใช้ตัวดำเนินการ (Operator) คือ Selection, Crossover และ Mutation เป็นตัวสุ่มในการหาคำตอบในบริเวณของปัญหา เป็นการช่วยให้มีความหลากหลายในการหาคำตอบในทุกบริเวณของปัญหา ซึ่งองค์ประกอบของ Genetic Algorithm มีองค์ประกอบที่สำคัญ 5 ส่วนด้วยกัน ดังนี้

- 1) Chromosome Encoding หรือรูปแบบโครโมโซมที่ได้จากปัญหา
- 2) Initial Population คือ ประชากรต้นกำเนิดที่จะนำเข้ากระบวนการถ่ายทอดลักษณะทางพันธุกรรม
- 3) Fitness Function ฟังก์ชันสำหรับประเมินค่าความเหมาะสม เพื่อกำหนดคะแนนให้แต่ละทางเลือกของคำตอบ
- 4) Genetic Operator ซึ่งใช้ในการปรับเปลี่ยนองค์ประกอบของข้อมูลตลอดกระบวนการ ได้แก่ Selection, Crossover และ Mutation
- 5) Parameter ที่สำคัญสำหรับ Genetic Algorithm เช่น ขนาดของประชากรความน่าจะเป็นของการ crossover ความน่าจะเป็นของการ mutation และจำนวนโครโมโซมที่ใช้ในการสร้างรุ่นถัดไป เป็นต้น

1.1 รูปแบบโครโมโซม (Chromosome Encoding) การถอดรหัสหรือการได้มาซึ่งโครโมโซมคือ ปัญหาแรกที่เริ่มแก้ปัญหาโดยใช้ Genetic Algorithm ในการถอดรหัสนั้นจะขึ้นอยู่กับปัญหาและในปัจจุบันปัญหามีมากมายหลายรูปแบบจึงทำให้รูปแบบของโครโมโซมมีซับซ้อนความแตกต่างกันออกไปตามปัญหาที่นั้นๆ เช่น

1) Binary Encoding ทุกตำแหน่งของยีนของโครโมโซมจะมีค่าเป็นบิต 0 หรือ 1 ตัวอย่างเช่น โครโมโซม A : 00110010001110

2) Value Encoding หรือเรียกว่า Direct Encoding ทุกตำแหน่งของยีนของโครโมโซมจะมีค่าบางค่าที่สามารถเชื่อมโยงไปยังปัญหาได้ เช่น ตัวอักษร จำนวนจริง คำสั่ง ตัวอย่างเช่น

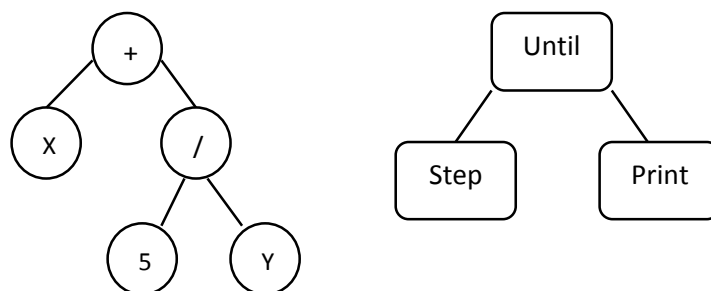
2.1) โครโมโซม A : 1.23 2.32 4.03 9.99 3.21

2.2) โครโมโซม C : back, right, left, back, left, right, back, back

Permutation

3) Encoding ทุกตำแหน่งของยีนบนโครโมโซมจะเป็นค่าของจำนวนนับที่แทนตำแหน่งต่างๆ ตัวอย่าง เช่น โครโมโซม B : 9 5 2 1 4 6 7 8 3

4) Tree Encoding ทุกตำแหน่งของยีนจะเป็น node ของต้นไม้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงการถอดรหัสแบบ Tree Encoding

1.2 ขั้นตอนการทำงานของวิธีการหาคำตอบเชิงพันธุกรรม

1.2.1 ประชากรต้นกำเนิด (Initial Population) เป็นขั้นตอนแรกก่อนที่จะเข้ากระบวนการ Genetic Operations โดยทำการสุ่มโครโมโซมเริ่มต้นจำนวนเท่ากับขนาดของรุ่น (Population size หรือ Generation) ที่ได้กำหนดไว้ และไม่สนใจค่าความเหมาะสมของแต่ละโครโมโซม

1.2.2 ค่าความเหมาะสม (Fitness Function) โครโมโซมทุกตัวจะต้องมีค่าที่บ่งบอกถึงความเหมาะสมของตัวเอง เพื่อนำไปพิจารณาว่าสมควรนำไปสืบสายพันธุ์ต่อหรือไม่สมควร ดังนั้นจึงต้องมีกำหนดค่าความเหมาะสมกับแต่ละค่า โดยใช้สมการหาค่าความเหมาะสมที่สอดคล้องกับปัญหา

สรุปได้ว่าค่าความเหมาะสม คือตัวที่ใช้ประเมินว่าแต่ละเส้นทางเลือกนั้นมีความเหมาะสม หรือสามารถใช้แก้ปัญหาได้ดีเพียงใด ตัวอย่างของฟังก์ชันหาค่าความเหมาะสม เช่น

กำหนดให้ค่าความเหมาะสม = จำนวนของบิต 1 ทั้งหมดในโครโมโซม

โครโมโซม A : 100011100 * โครโมโซม A มีค่าความเหมาะสมเท่ากับ 4

โครโมโซม B : 110111001 * โครโมโซม B มีค่าความเหมาะสมเท่ากับ 6

1.2.3 การดำเนินการทางพันธุกรรม (Genetic Operator) วิธีการดำเนินการทางพันธุกรรม หรือ Genetic Operator เป็นหัวใจสำคัญของ อัลกอริทึมทางพันธุศาสตร์ หรือ Genetic Algorithm ซึ่งมีกระบวนการพื้นฐานที่สำคัญ 3 ส่วนดังนี้

1) การคัดเลือก (Selection) ในการคัดเลือกโครโมโซม เพื่อให้เกิดการอยู่รอดของสิ่งมีชีวิตนั้น ตามทฤษฎีของ Charles Darwin โดยคัดเลือกมาเป็นโครโมโซมพ่อ และโครโมโซมแม่ หรือที่เรียกว่า Parent ในการสืบสายพันธุ์ ทำให้เกิดปัญหาว่าจะอย่างไรให้เกิดจากการคัดเลือกโครโมโซมที่น่าสนใจ จึงทำให้เกิดรูปแบบการคัดเลือกโครโมโซมมากมาย เพื่อให้ได้ผลลัพธ์น่าพอใจที่สุดในการนำไปสืบสายพันธุ์ เช่น การคัดเลือกแบบ roulette wheel การคัดเลือกแบบ ranking การคัดเลือกแบบ tournament การคัดเลือกแบบ elitist การคัดเลือกแบบ steady-state และอื่นๆ อีกมากมายหลายวิธีเพื่อให้ได้มาซึ่งวิธีการคัดเลือกโครโมโซมที่ดี

2) การข้ามสายพันธุ์ หรือ Crossover ซึ่งเป็นกระบวนการที่สำคัญของ Genetic Algorithm ซึ่งเมื่อเกิดการข้ามสายพันธุ์ขึ้นในทางพันธุศาสตร์จะทำให้เกิดการเปลี่ยนของสิ่งมีชีวิตที่หลากหลายซึ่งการข้ามสายพันธุ์ อาศัยกระบวนการวิวัฒนาการที่เป็นเวลานานแต่ในทำนองเดียวกันในทางการแก้ปัญหากระบวนการดังกล่าวจะทำให้เกิดความหลากหลายของคำตอบที่ได้ทำให้เราได้รับคำตอบที่หลากหลายจึงสามารถเลือกเอาคำตอบที่เหมาะสมกับความต้องการได้มากที่สุด ขั้นตอนในการการข้ามสายพันธุ์ คือ นำ 2 โครโมโซม (Parent) มาผสมกันเพื่อให้ได้โครโมโซมใหม่ขึ้นมา จากนั้นใช้วิธีการที่ง่ายที่สุด คือ สุ่มตำแหน่งการข้ามสายพันธุ์และทำการคัดลอกทุกอย่างที่อยู่หน้าตำแหน่งการข้ามสายพันธุ์ ของพ่อและคัดลอกทุกอย่างหลังตำแหน่งการข้ามสายพันธุ์ ของแม่มารวมกันจะได้ลูกตัวที่ 1 ออกมา จากนั้นทำการคัดลอกทุกอย่างที่อยู่หน้าตำแหน่งการข้ามสายพันธุ์ ของแม่ และคัดลอกทุกอย่างหลังตำแหน่งการข้ามสายพันธุ์ ของพ่อรวมกันจะได้ลูกตัวที่ 2 ออกมา

ลักษณะของการข้ามสายพันธุ์ มี 2 ลักษณะ คือ การข้ามสายพันธุ์ แบบขวาง (Horizontal) และการข้ามสายพันธุ์ แบบตั้งฉาก (Vertical) ในกระบวนการการข้ามสายพันธุ์แบบขวางจะต้องมีการดำเนินการกับข้อมูลที่เป็นเมตริกซ์ 2 มิติเท่านั้น แต่ในกรณีการข้ามสายพันธุ์แบบตั้งฉากสามารถทำได้กับข้อมูลทุกรูปแบบ

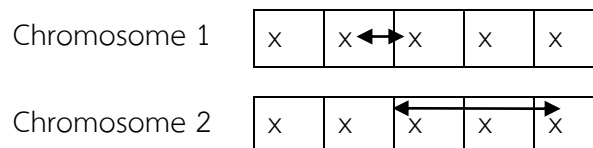
อย่างไรก็ตาม เทคนิคของการข้ามสายพันธุ์ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับรูปแบบโครโมโซมและมีการข้ามสายพันธุ์ กับรูปแบบโครโมโซมในลักษณะต่างๆ เช่น Crossover กับ Binary Encoding ที่มีลักษณะการ การข้ามสายพันธุ์หลายลักษณะดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงลักษณะการ crossover แบบต่างๆ กับ Binary Encoding

ลักษณะการ crossover	พ่อ	แม่	ลูกที่ 1	ลูกที่ 2
Single Point	11 0110010	00 1011111	111011111	000110010
Two Point	11 011001 0	00 101111 1	111011110	000110011
Arithmetic	110110010	001011111	000010010 and	111111111 or

เมื่อ | คือ ตำแหน่ง crossover ที่มีลักษณะการ Crossover หลายแบบ เช่น single point คือ สุ่มตำแหน่ง Crossover เพียง 1 ตำแหน่ง two point คือ สุ่มตำแหน่ง Crossover เพียง 2 ตำแหน่ง arithmetic คือ การใช้ Operator and และ or

3) การผ่าเหล่าหรือการสลับตำแหน่งของยีนภายในโครโมโซมแต่ละตัว (Mutation) ซึ่งแสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2 การเปลี่ยนแปลงลักษณะทางพันธุกรรมแบบผ่าเหล่า

ที่มา : ฌกร อินทร์พยุ (2548)

จากภาพที่ 2 ประชากรที่ผลิตออกมา (ซึ่งอาจจะเป็นจำนวนโครโมโซมตัวเดียวหรือหลายๆ ตัว) เรียกว่า ประชากรรุ่นลูก (Offspring population) ซึ่งเขียนแทนด้วยสัญลักษณ์ $C(t)$ และประชากรรุ่นลูกนี้จะถูกประเมินว่าให้ค่าฟิตเนสดีมาน้อยเพียงใด ต่อจากนั้น จะสร้างประชากรรุ่นใหม่ (New generation) ซึ่งประกอบไปด้วยจำนวนโครโมโซมหลายๆอันรวมกัน ในแนวคิดโดยทั่วไปจะเลือกโครโมโซมที่มีค่าฟิตเนสที่ดีว่าโครโมโซมอันอื่นจากกลุ่มของประชากรบรรพบุรุษ (Parent population) และจากกลุ่มของประชากรรุ่นลูก (Offspring population) มาสร้างเป็นประชากรรุ่นใหม่ หลังจากที่ใช้วิธีเชิงพันธุกรรมได้ผลิตประชากรรุ่นใหม่ออกมาเป็นจำนวนหลายๆรุ่น เราจะได้ประชากรรุ่นใหม่ที่มีคุณภาพทางพันธุกรรมที่ดี (หรือเราจะได้ Fitness ที่มีค่าเท่ากับหรือใกล้เคียงคำตอบที่ดีที่สุด) สังเกตด้วยว่าวิธีการหาคำตอบเชิงพันธุกรรมนี้ บางครั้งอาจจะถูกเรียกว่าวิธีการหาคำตอบโดยใช้กลุ่มของประชากร (Population-based search) ซึ่งแตกต่างไปจากวิธี Simulated Annealing (SA) และวิธีหา ซึ่งเป็นการพัฒนาการหาคำตอบจากคำตอบอันหนึ่งไปยังอีกคำตอบหนึ่ง ซึ่งอาจเปรียบเสมือนได้กับพัฒนาการของโครโมโซมเพียงจำนวน 1 ตัว ไปยังโครโมโซมตัวใหม่ที่มีคุณภาพดีกว่า ณ เวลานี้ คงเห็นภาพแล้วว่าวิธีการหาคำตอบเชิงพันธุกรรมนั้นเอื้อประโยชน์ในการนำคอมพิวเตอร์หลายๆเครื่องมาช่วยในการหาคำตอบภายในเวลาเดียวกัน (Parallel computing)

ขั้นตอนทางคอมพิวเตอร์ของวิธีการหาคำตอบเชิงพันธุกรรม สามารถเขียนได้ดังนี้

Procedure: Genetic algorithm (GA)

Begin

$t \leftarrow 0$;

initialize $P(t)$;

evaluate $P(t)$;

while not stopping condition **do**

begin

recombine $P(t)$ to yield $C(t)$;

evaluate $C(t)$;

select $P(t+1)$ from $P(t)$ and $C(t)$;

$tt + 1 \leftarrow$

end

end

จากขั้นตอนการทำงานของวิธีการหาคำตอบเชิงพันธุกรรมนั้นมียุทธศาสตร์ประกอบที่สำคัญอยู่ 2 ส่วน คือ

1. การเลือกคำตอบที่มีค่าดีที่สุด (Best solution) เพื่อจะพัฒนาประชากรรุ่นใหม่ที่ดียิ่งขึ้น
2. การสำรวจพื้นที่ของคำตอบที่เป็นไปได้ (Exploration of the search space)

จะเห็นว่าวิธีเชิงพันธุกรรมอาศัยการหาคำตอบแบบสุ่ม (Random sampling) จากพื้นที่ในการหาคำตอบ (Search space) และหวังว่าคำตอบหรือโครโมโซมที่เลือกมานั้นจะนำไปสู่คำตอบที่ดีที่สุด ดังนั้นวิธีเชิงพันธุกรรมจึงมีขั้นตอนวิธีการค้นหาคำตอบทางคอมพิวเตอร์ (อัลกอริทึม) ที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อนและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการหาคำตอบของปัญหาการตัดสินใจต่างๆได้ง่าย กลยุทธ์ที่สำคัญในการพัฒนาวิธีเชิงพันธุกรรมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในการที่จะแก้ปัญหาในอุตสาหกรรมที่มีความสลับซับซ้อนมากและขนาดใหญ่ ควรจะต้องคำนึงถึงการผสมผสานระหว่างการสำรวจพื้นที่ในการหาคำตอบที่ดี และการใช้ประโยชน์ข้อมูลที่สามารถได้จากพื้นที่นั้นๆในการพัฒนาประชากรในรุ่นถัดไป (Next generation)

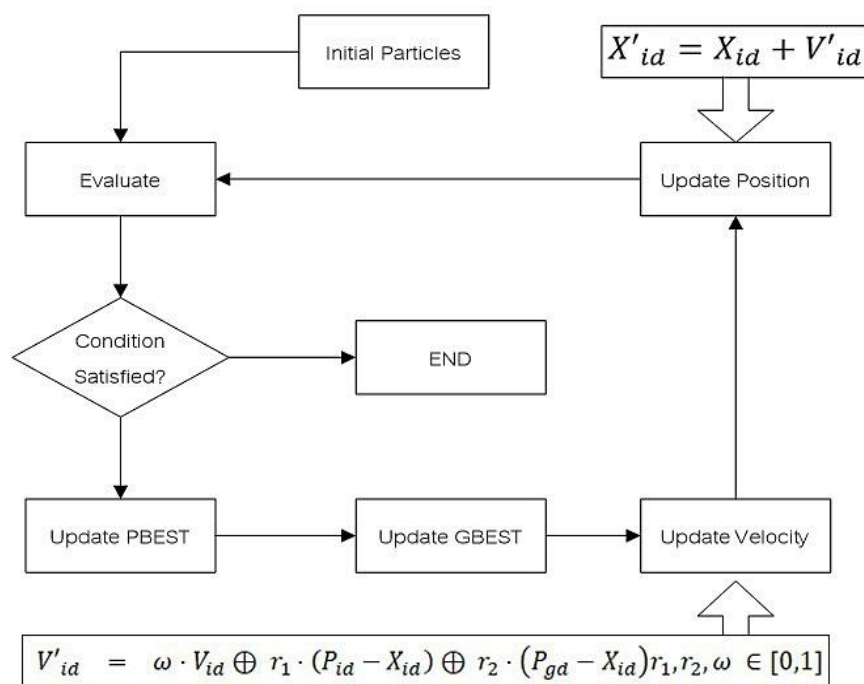
2. วิธีการแบบกลุ่มอนุภาค (Particle Swarm Optimization Algorithm; PSO)

Kennedy และ Eberhart, (1995) และ Kennedy และ Shi Y, (2001) ได้พัฒนาวิธีการ PSO ให้เป็นวิธีการค้นหาคำตอบที่ดีที่สุดสำหรับปัญหาการหาค่าที่ดีที่สุดแบบไม่มีเงื่อนไข (Unconstrained Optimization Problem) ซึ่งต้องการหาคำตอบที่ทำให้ค่าของฟังก์ชันวัตถุประสงค์ (Objective Function) มีค่าดีที่สุดซึ่งอาจหมายถึงค่าที่มากที่สุดหรือน้อยที่สุดตามแต่

วัตถุประสงค์ของปัญหา ตัวอย่างปัญหาการ หาค่าที่ดีที่สุดแบบไม่มีเงื่อนไขแสดงไว้ในสมการ (1)

$$f(x) = x_1^2 + x_2^2 + x_3^2 \quad (1)$$

วิธีการ PSO เริ่มต้นจากการสุ่มกลุ่มของคู่คำตอบกับเวกเตอร์ที่ใช้ปรับปรุงคำตอบนั้น กลุ่มของคู่คำตอบกับเวกเตอร์จะมีจำนวนเท่ากับ K โดย PSO จะเรียกคำตอบว่า ตำแหน่ง (Position) และเรียกเวกเตอร์ที่ใช้ปรับปรุงคำตอบว่าความเร็ว (Velocity) คู่ของตำแหน่งและความเร็วที่ใช้ในการปรับเปลี่ยนตำแหน่งนั้นๆ จะเรียกว่า พาร์ติเคิล (Particle) หรืออนุภาค ซึ่งอนุภาคนี้นี้จะเปรียบเสมือนสัตว์ปีกหนึ่งตัวนั่นเอง และอาจกล่าวได้ว่าอนุภาคหนึ่งตัวจะทราบถึงตำแหน่งและความเร็วของตัวเอง ดังนั้นกล่าวได้ว่าวิธีการ PSO จะมีจำนวนอนุภาคเท่ากับ K ตัว แต่ละตัวมีตำแหน่งและความเร็วของตัวเอง โดยอนุภาคทุกตัวจะมีหมายเลขกำกับต่อเนื่องกันไปตั้งแต่อนุภาคหมายเลข 1 อนุภาคหมายเลข 2 ไปจนถึง อนุภาคหมายเลข K ดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ขั้นตอนการทำงานของวิธีการแบบกลุ่มอนุภาค

จากกระบวนการขั้นตอนการทำงานของวิธีการหาค่าตอบเชิงพันธุกรรมกับวิธีการแบบกลุ่มอนุภาคทั้ง 2 วิธีนั้นแต่ละวิธีจะทำการสุ่มเส้นทางที่ใช้ในการเดินทางของรถแต่ละคันและนำระยะทางรวมของเส้นทางทั้งหมดที่ใช้ในการขนส่งสินค้ามาเป็นตัววัดประสิทธิภาพของแต่ละวิธี และเก็บค่าที่ดีที่สุดของแต่ละรอบเอาไว้ และจะทำขั้นตอนต่างๆ วนไปเรื่อยๆ จนกว่าจะถึงค่าที่กำหนด

ตัวอย่างและการแก้ปัญหา

ตารางที่ 2 แสดงปริมาณความต้องการสินค้าของลูกค้า ระยะทางระหว่างศูนย์กระจายสินค้าไปยังลูกค้า

	DC	C01	C02	C03	C04	C05	C06	C07	C08	C09	C10	C11	C12	C13	ปริมาณสินค้า ที่ต้องการ (หน่วย)
	0														0
C01	12	0													45
C02	8	9	0												36
C03	17	8	10	0											43
C04	15	9	8	4	0										92
C05	15	17	9	14	11	0									57
C06	20	23	15	20	16	6	0								16
C07	17	22	13	20	16	5	4	0							56
C08	8	17	9	19	16	11	14	10	0						30
C09	6	18	12	22	20	17	20	16	6	0					57
C10	16	23	14	22	19	9	8	4	8	14	0				47
C11	21	28	18	26	22	11	7	6	13	19	5	0			91
C12	11	22	14	24	21	14	16	12	5	7	9	13	0		55
C13	15	27	20	30	28	22	23	20	12	9	16	20	8	0	38

เพื่อให้เข้าใจกระบวนการวิเคราะห์ของผู้วิจัยกรณีศึกษาตามตารางที่ 2 โดยมีรายละเอียดดังนี้ ลูกค้าทั้งสิ้น 13 ราย (C01 - C13) ลูกค้าแต่ละรายมีปริมาณสินค้าที่ต้องการ และระยะทางระหว่างศูนย์กระจายสินค้าถึงลูกค้าแต่ละรายด้วยตัวเอง และกำหนดให้รถแต่ละคันสามารถบรรทุกน้ำหนักสูงสุดได้ 200 หน่วย โดยกำหนดเงื่อนไขการทดลอง ดังนี้

เงื่อนไขในการทดลอง

1. วิธีการหาคำตอบเชิงพันธุกรรม (Genetic Algorithms)

1.1 กำหนดจำนวนโครโมโซม ในแต่ละรุ่นมีจำนวนคงที่ เท่ากับ 60 โครโมโซมโดยแต่ละโครโมโซมจะเป็นค่าการสุ่มเส้นทางของการขนส่งของรถแต่ละคันและเก็บค่าของระยะทางรวมของรถทั้งหมด

1.2 ลูกค้ารายที่ C1 และรายที่ C2 ถูกกำหนดให้เท่ากับ 1 จำนวนอนุภาคที่ใช้ในการทดลอง คือ 400 อนุภาค แต่ละอนุภาคเป็นค่าการสุ่มเส้นทางของการขนส่งของรถแต่ละคันและเก็บค่าของระยะทางรวมของรถทั้งหมด กำหนดอัตราการผสมพันธุ์ (Crossover Operation) เท่ากับ 90 % หรือ 54 คู่ โครโมโซม

1.3 กำหนดอัตราการกลายพันธุ์ (Mutation Operation) เท่ากับ 1 %

1.4 ใช้จำนวน รุ่น (Generation) เป็นตัวกำหนด การหยุดโปรแกรม และตั้งค่าไว้ 400 รุ่น

2. วิธีการแบบกลุ่มอนุภาค (PSO)

2.1 กำหนดเงื่อนไขการทดลองไว้ดังนี้ $\omega = 0.8$, $R1 = 0.7$, $R2 = 0.7$

2.2 ลูกคารายที่ C1 และรายที่ C2 ถูกกำหนดให้เท่ากับ 1 จำนวนอนุภาคที่ใช้ในการทดลอง คือ 400 อนุภาค แต่ละอนุภาคจะสุ่มเส้นทางการเดินทางของรถแต่ละคันและเก็บค่าของระยะทางรวม

2.3 รอบในการค้นหาคำตอบ คือ 400 รอบ

3. การประยุกต์พาทิเคิล สวอม ออปติไมเซชัน สำหรับการแก้ปัญหาการขนส่งสินค้า

Kennedy และ Shi Y, (2001) กล่าวว่า จาก PSO ถูกออกแบบมาสำหรับการแก้ปัญหาออปติไมซ์ประเภทต่อเนื่อง (continuous optimization problem) เพื่อให้ PSO สามารถนำมาใช้แก้ปัญหาออปติไมซ์ประเภทเชิงจัดการ (combinatorial optimization problem) จึงต้องมีการปรับปรุงขั้นตอนการทำงานก่อนโดยจากงานวิจัยของ L. Huang, K. Wang, c. Zhou, R. Pang, L. Dong and L. Peng, (2003) ได้เสนอ พาทิเคิล สวอม ออปติไมเซชัน สำหรับการแก้ปัญหาการเดินทางของพนักงานขาย (A Discrete Particle Swarm Optimization for Traveling Salesman Problem, DPSO) โดยแต่ละอนุภาคจะมีรูปแบบของมิติเป็นลำดับของโหนด (Node) เช่น 1, 2, 4, 3 หมายความว่า การเดินทางของพนักงานขาย ต้องเดินทางเริ่มต้นจากโหนดที่ 1 ไป โหนดที่ 2 ไป โหนดที่ 4 ไป โหนดที่ 3 และกลับมาโหนดที่ 1 สำหรับการคำนวณค่าความเหมาะสมของแต่ละอนุภาค จะคำนวณได้จากระยะการเดินทางตามลำดับของโหนดที่ได้ จัดเรียงไว้ในอนุภาคแต่ละตัว ซึ่งจุดประสงค์ของการแก้ปัญหา Travelling Salesman Problem(TSP) คือ ต้องการจัดเรียงให้ค่าความเหมาะสมมีค่าน้อยที่สุดเพื่อให้สามารถปรับปรุงความเร็วและตำแหน่งของอนุภาค สำหรับปัญหาในรูปแบบ TSP ได้ DPSO จึงต้องแก้ไขสมการปรับปรุงความเร็วและตำแหน่งของอนุภาค ดังนี้

$$V'_{id} = \omega \cdot V_{id} \oplus r_1 \cdot (P_{id} - X_{id}) \oplus r_2 \cdot (P_{gd} - X_{id}) \quad r_1, r_2, \omega \in [0, 1] \quad (2)$$

$$X'_{id} = X_{id} + V'_{id} \quad (3)$$

โดย

$(P_{id} - X_{id})$ และ $(P_{gd} - X_{id})$ คือ พื้นฐานการสลับที่ของลำดับ

$\oplus$ คือ การบวกการสลับที่ของลำดับ (circle plus)

$\omega \cdot V_{id}$ และ $r_1 \cdot (P_{id} - X_{id})$ และ $r_2 \cdot (P_{gd} - X_{id})$ หมายความว่า การสลับที่ของลำดับใน $V_{id}(P_{id} - X_{id})$ และ $(P_{gd} - X_{id})$ จะยังคงลำดับนั้นเอาไว้ในความน่าจะเป็นของ ω และ r_1 และ r_2 ตามลำดับ

จากสมการที่ 2 ทำการปรับปรุงเนื่องจากค่าของสมการ พาดิเคิล สวอม ออปติไมเซชัน เป็นค่าแบบความเป็นเชิงเส้น แต่ปัญหาของ TSP จะมีค่าการเปลี่ยนตำแหน่งและความเร็วเป็นคู่ลำดับ ซึ่งเมื่อสลับลำดับของ X_{id} ตามลำดับที่อยู่ใน V_{id} จะทำให้ได้รับคำตอบใหม่ในการทดสอบ

Kennedy และ Shi Y, (2001) กล่าวว่า สำหรับวิธีนี้มีการหักล้างการสลับตำแหน่งกัน ซึ่งจะ ไม่สอดคล้องกับหลักการทำงานของ PSO (L. Zhong and H. Lei, 2010) เช่น $(P_{id} - X_{id}) \oplus (P_{gd} - X_{id}) = [(1, 2)] + [(1, 2)] = []$ ซึ่งไม่ตรงตามหลักของ PSO ที่ PBEST และ GBEST ไปใน ทิศทางเดียวกันควรจะมีความเร็วเสริมกัน ผลจากการหักล้างการสลับตำแหน่งกันทำให้ผลลัพธ์การ ค้นหาคำตอบไม่ดีเท่าที่ควร

4. การคำนวณค่าความเหมาะสม (Fitness Value; FV)

การคำนวณได้จากค่าใช้จ่ายรวมในการขนส่งของรถทุกคัน ในที่นี้จะพิจารณาจากเวลาใน การจัดส่งรวมทั้งหมด รายการใดที่มีเวลาในการจัดส่งรวมต่ำที่สุดจะมีค่าความเหมาะสมสูงที่สุด สำหรับกรณีนี้ ค่าความเหมาะสมจะเป็นผลรวมของระยะเวลาการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้าแต่ละราย ของรถแต่ละคัน โดยสามารถสร้างสมการได้ดังนี้

L = ระยะทางระหว่างจุดสองจุดบนระนาบ x, y โดยใช้สูตรต่อไปนี้ ระยะทางจาก (x_1, y_1) ไปยัง (x_2, y_2) คำนวณได้จาก

$$L = \sqrt{(x_2 - x_1)^2 + (y_2 - y_1)^2} \quad (4)$$

ระยะเวลาในการเดินทางระหว่างจุดสองจุดหาได้จาก

$$T = \frac{(60 \times L)}{A} \quad (5)$$

โดยที่ A คือ ความเร็วเฉลี่ยของรถที่ใช้ในการขนส่งสินค้า

ดังนั้น ระยะเวลาทั้งหมดของรถแต่ละคันจึงสามารถหาได้จากสมการ

$$Q = \sum_{n=1}^m T_n ; n = \text{ลูกค้าที่รถต้องไปส่งสินค้า} \quad (6)$$

ดังนั้นค่าความเหมาะสมจึงสามารถหาได้จากสมการ

$$\sum_{r=1}^m Q_r ; r = \text{จำนวนรถที่ต้องใช้ในการขนส่งสินค้า ณ ช่วงเวลานั้นๆ} \quad (7)$$

สรุปผลการวิจัย

จากผลการทดลองแก้ปัญหาแก้ปัญหาการขนส่งสินค้าด้วยกรณีศึกษา โดยเปรียบเทียบค่าคำตอบที่เหมาะสมระหว่างวิธีการแบบกลุ่มอนุภาคกับวิธีการหาคำตอบเชิงพันธุกรรม ซึ่งสามารถจัดเส้นทางการขนส่งเพื่อให้ได้คำตอบที่เหมาะสมที่สุด สำหรับรถแต่ละคัน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบผลลัพธ์ของค่าความเหมาะสมระหว่างวิธีการแบบกลุ่มอนุภาคและวิธีการหาคำตอบเชิงพันธุกรรม

เส้นทาง	การแบบกลุ่มอนุภาค		การหาคำตอบเชิงพันธุกรรม	
	ระยะทาง (หน่วย)	บรรทุก (หน่วย)	ระยะทาง (หน่วย)	บรรทุก (หน่วย)
DC > C09>C13 >C12> C08 > DC	36	180	36	180
DC > C01>C04 >C03> DC	42	180	42	180
DC > C02>C05 >C06> DC	43	109	43	109
DC > C11>C07 >C10> DC	47	194	47	194
รวม	168		168	
ระยะเวลาเฉลี่ยในการหาคำตอบ (วินาที)	89.4		123.7	

จากผลการทดลองดังแสดงในตารางที่ 3 เมื่อนำมาเปรียบเทียบผลลัพธ์ของค่าความเหมาะสมระหว่างวิธีการแบบกลุ่มอนุภาค และ วิธีการหาคำตอบเชิงพันธุกรรม พบว่าทั้งสองวิธีสามารถหาคำตอบที่ดีที่สุดโดยมีระยะทางรวมเท่ากันคือ 168 หน่วย แต่จะเห็นได้ว่าการหาคำตอบด้วยวิธีการแบบกลุ่มอนุภาค มีความเร็วในการค้นหาคำตอบเท่ากับ 89.4 วินาที ในขณะที่วิธีการหาคำตอบเชิงพันธุกรรม มีความเร็วในการคำนวณหาคำตอบเท่ากับ 123.7 วินาที ซึ่งแสดงให้เห็นว่าวิธีการแบบกลุ่มอนุภาคมีประสิทธิภาพการค้นหาได้ดีกว่า วิธีการหาคำตอบด้วยวิธีการหาคำตอบเชิงพันธุกรรม

อภิปรายผลการวิจัย

การแก้ปัญหาการขนส่งสินค้า เป็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับระบบการขนส่งโลจิสติกส์และการจัดการห่วงโซ่อุปทานของหน่วยงานภาครัฐและอุตสาหกรรมของทุกประเทศ แม้ว่าจะมีการศึกษามาอย่างยาวนานกว่า 20 ปี แต่ปัญหานี้ยังคงได้รับความสนใจจากนักวิจัยจำนวนมากทั้งในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากปัญหานี้มีความยุ่งยากซับซ้อนในการหาคำตอบโดยวิธีแมนตรง ด้วยเหตุนี้ นักวิจัยส่วนใหญ่จึงนิยมใช้วิธีการหาคำตอบเชิงพันธุกรรมและวิธีการแบบกลุ่มอนุภาคมาใช้ในการแก้ปัญหา อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันยังไม่มีวิธีใดยืนยันได้ว่าเป็นวิธีที่ให้คำตอบที่ดีที่สุด ด้วยเหตุนี้การแก้ปัญหาการขนส่งสินค้า (Vehicle Routing Problem) จะขึ้นอยู่กับความรู้ ความถนัด และความชอบรายบุคคล

(นรงค์ วิชาพา และคณะ, 2562) ดังนั้น งานวิจัยนี้ได้นำเสนอวิธีการคำตอบเชิงพันธุกรรมกับการหาค่าเหมาะสมที่สุดแบบกลุ่มอนุภาคสำหรับการแก้ปัญหาการจัดเส้นทางขนส่ง โดยเริ่มจากการสร้างประชากรและทำการทดลองด้วยวิธีการคำตอบเชิงพันธุกรรมกับการหาค่าเหมาะสมที่สุดแบบกลุ่มอนุภาค จนได้คำตอบที่น่าพอใจ ผลการทดลองพบว่า การหาค่าเหมาะสมที่สุดแบบกลุ่มอนุภาคสามารถค้นหาคำตอบโดยใช้เวลาน้อยกว่าวิธีการคำตอบเชิงพันธุกรรมซึ่งแสดงให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้การหาค่าเหมาะสมที่สุดแบบกลุ่มอนุภาคมีประสิทธิภาพการค้นหาได้ดีกว่า วิธีการคำตอบเชิงพันธุกรรม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการแก้ปัญหาการขนส่งสินค้า (Vehicle Routing Problem) สามารถนำวิธี Genetic Algorithm และ PSO มาใช้ในการค้นหาคำตอบได้ แต่วิธี PSO สามารถค้นหาคำตอบโดยใช้เวลาน้อยกว่า GAs ซึ่งแสดงให้เห็นว่าควรใช้ PSO ที่มีประสิทธิภาพการค้นหาได้ดีกว่า Gas

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ผู้วิจัยดำเนินการพัฒนาอัลกอริทึมนี้ร่วมกับเทคนิคอื่นๆ เพื่อนำไปทดสอบกับปัญหามาตรฐานและทดสอบกับปัญหาที่มีขนาดใหญ่ขึ้นอันนำไปสู่วิธีการที่เหมาะสมในการแก้ปัญหาการขนส่งต่อไปในอนาคต
2. ผู้วิจัยจะนำอัลกอริทึมที่นำเสนอไปประยุกต์ใช้กับกรณีศึกษาอื่นๆ ต่อไป เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการหาคำตอบที่เหมาะสม

บรรณานุกรม

- จิรรัตน์ อีระวรพาฤกษ์ และธราธร กุลภัทรนิรันดร์. (2546). การประยุกต์หลักการทางพันธุกรรมศาสตร์ในการคัดเลือกกลุ่มโครงการภายใต้ข้อจำกัดด้านงบประมาณ. การประชุมข่ายงานวิศวกรรมอุตสาหกรรม, ตุลาคม 2546. 153-160.
- ณกร อินทร์พยุง. (2548). การแก้ปัญหาการตัดสินใจในอุตสาหกรรมขนส่งและลอจิสติกส์. กรุงเทพฯ: บริษัท ซี เอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- นพรุจ สัมพันธ์ และ สุรพงษ์ ศิริกุลวัฒนา. (2557, ก.ย. - ธ.ค.). การประยุกต์ใช้วิธีการเชิงพันธุกรรมสำหรับปัญหาเส้นทางขนส่งของโรงกำจัดซากไก่. วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ. ปีที่ 24 ฉบับที่ 3. 526 – 536.
- นรงค์ วิชาพา และ คณะ. (2562, ม.ค.-มี.ค.). การแก้ปัญหาการจัดเส้นทางขนส่งแบบมีกรอบเวลาโดยใช้วิธีเชิงพันธุกรรมแบบผสมผสานด้วยฮิวริสติกแบบแทรกไปข้างหน้าและวิธีการค้นหาคำตอบเฉพาะที่. วารสารวิชาการพระจอมเกล้าพระนครเหนือ, ปีที่ 29 ฉบับที่ 1. 4-13.

- พินิจ อ่อนน้อย. (2557). การเพิ่มประสิทธิภาพขั้นตอนวิธีเชิงพันธุกรรมแบบกระชับด้วยการปรับ
เวกเตอร์ความน่าจะเป็นโดยค่าน้ำหนักตามความเหมาะสม. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- พิศุทธิ์ พงศ์ชัยฤกษ์. (2557). การอธิบายขั้นตอนการทำงานของวิธีการพาหิเคลสวอมออปติ
ไมเซชัน ผ่านตัวอย่าง (Discrete Optimization in Transport and Logistics). กรุงเทพฯ:
บริษัท ซี เอ็ดดูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- Kennedy, J. & Eberhart, R.C. (1995). Particle Swarm Optimization. **IEEE International
Conference on Neural Network**, New Jersey. pp. 1942-1948.
- Kennedy, J., Eberhart, R.c. & Shi Y. (2001). **Swarm Intelligence**. Morgan Kaufmann
Publishers.
- L. Huang, K. Wang, c. Zhou, R. Pang, L. Dong and L. Peng,. (2003). Particle swarm
optimization for traveling salesman problems. **Journal of Ji Ling University
(Science Edition)**. 477 - 480.
- L. Zhong and H. Lei. (2010). **A Mixed Discrete Particle Swarm Optimization for TSP**.
3rd International Conference on Advanced Computer Theory and Engineering
(ICACTE), 208 - 211.

ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจ Food on line
กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
Opinions on the impact of food on line business, a case study of
Muang District, Nakhon Ratchasima Province

เสถียรณภัส ศรีวะรมย์¹ สุวรรณ เดชน้อย² ดิเรก แสสนธิ³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตของประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการ อาหารออนไลน์, ผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่อาศัยอยู่ในเขต เทศบาลนครนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่าง กำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ 404 คน สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความน่าจะเป็น เครื่องมือการวิจัยทดสอบสมมติฐานด้วย T-test ,F-test และ One-way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลกระทบต่อธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยในการเพิ่มรายได้ให้ผู้ประกอบการอาชีพส่งอาหารออนไลน์ เพราะเพิ่มช่องทางการหารายได้เสริมจากอาชีพปกติในเวลาหลังเลิกงาน ร้านอาหารที่เข้าร่วมขายออนไลน์จะมียอดขายมากขึ้น เนื่องจากมียอดขายมากขึ้นเพราะมีการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ทำให้เศรษฐกิจด้านอาหารเมืองโคราชโตมากขึ้น เพราะมีการสั่งซื้อได้สะดวกขึ้น ร้านอาหารที่ไม่เข้าร่วมขายออนไลน์มียอดขายน้อยลง ซึ่งไม่ได้ทำให้มียอดขายน้อยลงเพราะตลาดคนละกลุ่ม และมีผลกระทบกับร้านอาหารดั้งเดิมที่ไม่ร่วมขายออนไลน์ มีผลกระทบไม่มากนักเพราะเขาขายรสชาติ ขายทำเล ราคาไม่สูง

2. ผลกระทบต่อชุมชนเมือง ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยการใช้ระบบออนไลน์มีความจำเป็นต่อการใช้ชีวิตประจำวัน เพราะปัจจุบันเป็นสังคมออนไลน์ เกือบทุกคนสามารถเข้าถึงได้ ผู้คนจะออกจากบ้านไปทานอาหารน้อยลง เพราะมีความสะดวกในการสั่งอาหารมารับประทาน ท่านต้องการมีส่วนร่วมเสนอปัญหาและข้อมูลแก่เทศบาลนครนครราชสีมา ไม่มีความจำเป็นในการเสนอข้อคิดเห็น และ ท่านต้องการให้การจัดทำประชาคมเรื่องนี้โดยเทศบาลนครนครราชสีมา ไม่จำเป็นต้องทำประชาคมในเรื่องนี้

¹ (ผศ.ดร.) อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนครราชสีมา

² (ดร.) อาจารย์ประจำ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนครราชสีมา E-Mail: dsuwand836@gmail.com

³ (ดร.) อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะนิติศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา

3. ผลกระทบต่อสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วย ผู้คนจะออกจากบ้านไปทานอาหารน้อยลง เพราะมีความสะดวกในการสั่งอาหารมาที่บ้าน และที่ทำงาน ความสัมพันธ์ของคนในสังคมระหว่างกันจะน้อยลง ไม่ใช่เพราะเขามีเวลาอยู่ร่วมกันมากขึ้นในครอบครัว ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ไม่ได้เข้าร่วมออนไลน์อาจจะมีความรู้สึกด้อยคุณค่า ทำอย่างไรจะปรับตัวได้ ไม่มีผลกระทบด้านนี้ มีผู้ใช้มอเตอร์ไซค์ในเมืองมากขึ้นเพื่อส่งอาหารมีปัญหาด้านจราจรเพิ่มขึ้น เพราะไม่ได้ออกรถใหม่ แต่นำรถที่มีอยู่แล้วมาใช้บริการส่งอาหาร

4. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วย มีผู้ใช้จักรยานยนต์ในเมืองมากขึ้นเพื่อส่งอาหารมีปัญหาด้านมลภาวะ การใช้รถส่วนตัวจะส่งผลกระทบต่อมลภาวะมากกว่ารถมอเตอร์ไซค์ ไม่มีผลกระทบเพราะใช้มอเตอร์ไซค์ส่งอาหาร ถ้าไปทานอาหารตามร้าน โดยรถส่วนตัวก็จะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมากกว่า

คำสำคัญ : ผลกระทบ, วิถีชีวิต, อาหารออนไลน์

Abstract

This purpose of the research was 1) 1) To study the level impact of online food businesses on livelihoods of people in Nakhon Ratchasima Municipality, Muang District, Nakhon Ratchasima Province 2) to compare the level impact of online food businesses on livelihoods of people in Nakhon Ratchasima Municipality, Muang District, Nakhon Ratchasima. The population includes online food service users, restaurant operators. Living in the field Nakhon Ratchasima Municipality Nakhon Ratchasima Province Without knowing the exact number. The researcher then used the method to determine the sample size. Set the 95% confidence value, the sample size was 404 people. The statistics used to analyze the data were percentage, mean, standard deviation. Probability Research tool to test hypothesis with T-test, F-test and One-way ANOVA.

The result of the research revealed that;

1. The aspects of business impact Most of the respondents agreed to increase their income for online food delivery professionals. Because there are additional ways to earn extra income from normal occupation during the time after work. The more restaurants participating in online sales will have more sales. Because there are more sales because there are more distribution channels and causing the food economy of Korat to grow more. Because it is easier to order restaurants that didn't participate in online sales had fewer sales. This does not effected in less sales due to different markets and affects the traditional restaurants that do not participate in online sales. There is not much impact because they sell taste, sell location and not high price.

2. The impact on urban communities Most of the respondents agree that using an online system is necessary for everyday life. Because nowadays it is an online order almost everyone has access people will leave the house to eat less. Because it is convenient to order food to eat. You want to participate in presenting problems and information to the Nakhon Ratchasima Municipality. There is no need for comments and you want the establishment of a community on this matter by the Nakhon Ratchasima Municipality. There is no need to do a congregation in this regard.

3. The impact of society Most of the respondents agreed. People will leave the house to eat less. Because it is more convenient to order food to home or working office, the relationship between people in society between them is less or not. It wasn't because he had more time together in the family. Food delivery operators, who don't join online may have a sense of inadequacy. How to adapt no effect on this side more. Also more motorbikes in the city to deliver food, more traffic problems or not. Because not launching a new car but bring an existing car to use the food delivery service.

4. Environmental impact most of the respondents agreed more motorcycle in the city to deliver food, there is a problem with pollution or not. Most of the respondents agreed using a private vehicle is more likely to cause pollution than a motorbike. There is no effect because the motor is used to deliver the food. If the people are going to eat at a restaurant by a private car, it will affect the Environmental more.

Keywords : Impact, Livelihoods, Food on line

บทนำ

จังหวัดนครราชสีมาตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยมีจำนวนประชากรเป็นอันดับสองของประเทศรองจากกรุงเทพมหานครจำนวน 2,646,401 คน แบ่งเป็น ผู้ชาย 1,303,951คน ผู้หญิง 1,342,450 คน และมีจำนวนบ้าน 802,134 หลัง แบ่งเป็น 32 อำเภอ ในจำนวนอำเภอทั้งหมด มีอำเภอที่มีประชากรมากที่สุดคือ อำเภอเมืองนครราชสีมา มีจำนวน 452,650 คน แบ่งเป็นผู้ชาย 221,253 คน ผู้หญิง 231,397 คน และมีบ้าน 198,168 หลัง (สำนักบริหารทะเบียน, 2561)

นิติบุคคลที่ประกอบธุรกิจภัตตาคารร้านอาหาร จำนวนทั้งสิ้น 15,260 ราย ทุนจดทะเบียนรวม 106,361.97 ล้านบาท โดยในปี 2563 (เดือนมกราคม-กุมภาพันธ์) มีผู้จดทะเบียนธุรกิจ

ภัตตาคารร้านอาหาร ทั้งสิ้น 316 ราย ทุนจดทะเบียน 852.17 ล้านบาท ปี 2562 จำนวน 2,113 ราย ทุนจดทะเบียน 3,272.13 ล้านบาท ปี 2561 จำนวน 2,058 ราย ทุนจดทะเบียน 6,633.37 ล้านบาท และปี 2560 จำนวน 1,916 ราย ทุนจดทะเบียน 3,396.19 ล้านบาท (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2563)

จากพฤติกรรมของคนไทยที่มีภาวะความเร่งรีบและข้อจำกัดด้านเวลาที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน อาจส่งผลทำให้ไม่มีเวลาในการซื้อสินค้าบริโภคจากสถานที่ ร้านค้า ห้างร้าน คนไทยมีแนวโน้มเลือกใช้บริการจัดส่งอาหาร (Food on line) เพิ่มขึ้น และสามารถเลือกใช้บริการที่ให้ความสะดวกและรวดเร็วมากที่สุด จึงทำให้จำนวนของการสั่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์เพิ่มมากขึ้น โดยข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ตลาดบริการจัดส่งอาหาร (Food on line) โดยผู้ประกอบการร้านอาหารในปี พ.ศ. 2560 น่าจะมีมูลค่า 26,000-27,000 ล้านบาท เติบโตร้อยละ 11-15 จากในปี พ.ศ. 2559 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2559) การเติบโตอย่างโดดเด่นของตลาดบริการจัดส่งอาหาร (Food on line) ในปี พ.ศ. 2560 โดยเฉพาะผ่านแอปพลิเคชัน ได้รับความนิยมเพราะเนื่องจากใช้งานผ่านมือถือสมาร์ทโฟน ซึ่งมีผู้ประกอบการที่พัฒนาแอปพลิเคชันต่าง ๆ ที่บริการรับส่งอาหาร (Food on line) ในปัจจุบัน ได้แก่ LINE MAN, Uber Eats, Grab และ Food Panda เป็นต้น (SCB SME, 2560) คุณศิริภา จึงสวัสดิ์ ผู้จัดการประจำประเทศไทยอุเบอร์ ให้ข้อมูลกับทาง (Positioning mag) เว็บไซต์ ในวาระที่ อุเบอร์ อีท (Uber Eats) ดำเนินงานในประเทศไทยครบ 1 ปีพบว่าผู้บริโภคนิยมใช้แอปพลิเคชัน อุเบอร์ อีท (Uber Eats) ในช่วงวันเสาร์และอาทิตย์ ตามด้วย มื้อเย็น มื้อกลางวันและมื้อดึก ตามลำดับประเภทอาหารไทยเป็นประเภทอาหารที่ผู้บริโภคนิยมมากที่สุด ตามด้วยอาหารตะวันตก และอาหารญี่ปุ่น และ เมนูที่นิยมคือก๋วยเตี๋ยว ยอดจัดส่งตลอด 1 ปีเกิน 100,000 ชาม อันดับ 2 คือ เบอร์เกอร์ 40,000 ชิ้น อันดับ 3 คือ ส้มตำ 10,000 จาน (Positioningmag, 2561)

ผู้ประกอบการร้านอาหารในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมาหลายรายที่มีการให้บริการแบบฟู้ดเดลิเวอรี่ หรือเป็นพันธมิตรกับภาคธุรกิจที่ให้บริการส่งอาหาร พบว่า มียอดสั่งซื้อเพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดดประมาณ ๒-๓ เท่าตัว ขณะเดียวกันก็มีผู้บริโภคซื้ออาหารกลับไปทานที่บ้านเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน รวมทั้ง ได้พูดคุยกับพนักงานส่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ พบว่า ช่วง ๑-๒ สัปดาห์ที่ผ่านมา มีลูกค้าใช้บริการเพิ่มสูงขึ้นหลายเท่าตัว ปกติจะวิ่งรถช่วงเวลาประมาณ ๑๐.๐๐-๑๗.๐๐ น. รายได้ประมาณ ๒๕๐-๓๐๐ บาท แต่พอเข้าสู่สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ ได้ขยายเวลาวิ่งรถตั้งแต่ ๐๗.๐๐-๒๑.๐๐ น. เนื่องจากมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น รายได้ที่ได้รับก็เพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน เป็นประมาณ ๕๐๐-๗๐๐ บาทต่อวัน ถึงจะเหนื่อยแต่ก็มีรายได้เพิ่มขึ้น รู้สึกยิ้มได้กว้างมากขึ้น”

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจ Food on line กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จะมีผลกระทบเกี่ยวกับผลกระทบต่อธุรกิจ, ผลกระทบต่อชุมชนเมือง, ผลกระทบต่อสังคม, ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไร ทั้งด้านบวกและด้านลบ เพื่อที่จะได้นำเสนอต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาเมืองและธุรกิจ ในการทำให้เกิดการเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนโดยรวม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานการวิจัย

ประชาชนผู้ใช้บริการและผู้ประกอบการร้านอาหารเมื่อมี เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ, และรายได้ แตกต่างกันมีความคิดเห็นผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้ใช้บริการ อาหารออนไลน์, ผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดตัวอย่างจากกรณีไม่ทราบจำนวนประชากรใช้สูตร ของ W.G. Cochran (1953 อ้างถึงใน อภินันท์ จันตะนี (2554 : 39) กำหนดค่าความเชื่อมั่น 95% ซึ่งสามารถคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ 384 คน แต่เพื่อความน่าเชื่อถือของงานวิจัยมากขึ้น ผู้วิจัยจึงปรับขนาดกลุ่มตัวอย่าง เท่ากับ 404 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน คือ 1) ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชน 3) ข้อเสนอแนะเป็นคำถามแบบปลายเปิด และนำแบบสอบถามเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) แล้วนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item Objective Congruence, IOC) นำแบบสอบถามมาทดสอบ (Try out) จำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ที่ 0.87 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์กำหนด (≥ 0.65) (อภินันท์ จันตะนี และสุชานันท์ โพธิ์ชาธาร, 2552 : 29)

สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 ได้แก่ เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติ จำนวน และค่าร้อยละ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ทำการวิเคราะห์โดยวิธีการหาค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : SD.) จาก

ลักษณะคำถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วน (Rating scale) ตามวิธีของ ลิเคิร์ต (Likert) ซึ่งมี 5 ระดับ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ), 2555 : 86-87)

3. การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยใช้สถิติค่า t-test, F-test เมื่อเกิดความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จะทำการทดสอบเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ Scheffe

ผลการวิจัย

1. ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 50.9 อายุระหว่าง 31 – 40 ปี จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 ระดับการศึกษา ปริญญาตรี จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 49.9 รายได้ต่อเดือน 15,001 - 25,000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 อาชีพ เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยรวม ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญในระดับมาก (Mean = 3.23, S.D. = 1.131) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ผลกระทบต่อธุรกิจ (Mean = 3.81, S.D. = 0.981) รองลงมา คือ ผลกระทบต่อชุมชนเมือง (Mean = 3.36, S.D. = 1.101) ต่อมา คือ ผลกระทบต่อสังคม (Mean = 3.16, S.D. = 1.051) และระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Mean = 2.59, S.D. = 1.391)

2.1 ด้านผลกระทบต่อธุรกิจ ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญในระดับมาก (Mean = 3.81, S.D. = 0.981) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความสำคัญ ลำดับแรก คือ ทำให้เศรษฐกิจด้านอาหารเมืองโคราชโตมากขึ้น (Mean = 4.15, S.D. = 0.773) ลำดับที่สอง คือ เพิ่มรายได้ให้ผู้ประกอบอาชีพส่งอาหารออนไลน์ (Mean = 4.05, S.D. = 1.001) ลำดับที่สาม คือ มีผลกระทบกับร้านอาหารดั้งเดิมที่ไม่ร่วมขายออนไลน์มาก (Mean = 3.35, S.D. = 0.881) ลำดับที่สี่ คือ ร้านอาหารที่ไม่เข้าร่วมขายออนไลน์มียอดขายน้อยลง (Mean = 3.28, S.D. = 0.960) และระดับความสำคัญน้อยที่สุด คือ ร้านอาหารที่เข้าร่วมขายออนไลน์จะมียอดขายมากขึ้น (Mean = 3.27, S.D. = 1.876)

2.2 ด้านผลกระทบต่อชุมชนเมือง ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญในระดับมาก (Mean = 3.36, S.D. = 1.101) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความสำคัญ ลำดับแรก คือ การใช้ระบบออนไลน์มีความจำเป็นต่อการใช้ชีวิตประจำวัน (Mean = 4.07, S.D. = 1.087) ลำดับที่สอง คือ ผู้คนจะออกจากบ้านไปทานอาหารน้อยลง (Mean = 3.98, S.D. = 0.854) ลำดับที่สาม คือ ทานต้องการให้การจัดทำประชาคมเรื่องนี้โดยเทศบาลนครโคราช (Mean = 2.70, S.D. = 1.214)

และ ลำดับที่สี่ คือ ท่านต้องการมีส่วนร่วมเสนอปัญหาและข้อมูลแก่เทศบาลนครโคราช (Mean = 2.68, S.D. = 1.250)

2.3 ด้านผลกระทบต่อสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญในระดับมาก (Mean = 3.16, S.D. = 1.051) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความสำคัญ ลำดับแรก คือ ผู้คนจะออกจากบ้านไปทานอาหารน้อยลง (Mean = 3.91, S.D. = 0.853) ลำดับที่สอง คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ไม่ได้เข้าร่วมออนไลน์อาจจะมีความรู้สึกลดน้อยคุณค่า ทำอย่างไรจะปรับตัวได้ (Mean = 3.02, S.D. = 0.959) ลำดับที่สาม คือ ความสัมพันธ์ของคนในสังคมระหว่างกันจะน้อยลง (Mean = 2.94, S.D. = 1.135) และ ลำดับที่สี่ คือ มีผู้ใช้มอเตอร์ไซค์ในเมืองมากขึ้นเพื่อส่งอาหารมีปัญหาด้านจราจรเพิ่มขึ้น (Mean = 2.77, S.D. = 1.257)

2.4 ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความสำคัญในระดับปานกลาง (Mean = 2.59, S.D. = 1.391) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ระดับความสำคัญ คือ มีผู้ใช้มอเตอร์ไซค์ในเมืองมากขึ้นเพื่อส่งอาหารมีปัญหาด้านมลภาวะเพิ่มขึ้น (Mean = 2.59, S.D. = 1.391)

3. ความคิดเห็นผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้

3.1 จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน พิจารณาเป็นรายด้าน ไม่แตกต่างกันทุกด้าน

3.2 จำแนกตามอายุ โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผลกระทบต่อชุมชนเมือง ผลกระทบต่อสังคม ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจ Food on line กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบระหว่างคู่ ด้วยวิธีทดสอบของ scheffe ได้ผลการศึกษาดังนี้ ด้านผลกระทบต่อชุมชนเมือง ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ กล่าวคือ คู่แรกและคู่ที่สอง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจ Food on line กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบต่อชุมชนเมือง แตกต่างกับผู้ที่อายุระหว่าง 31 – 40 ปี และ 41 – 50 ปี คู่ที่สาม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบต่อชุมชนเมือง แตกต่างกับผู้ที่อายุ 51 ปี ขึ้นไป คู่ที่สี่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบต่อชุมชนเมือง แตกต่างกับผู้ที่อายุ 51 ปี ขึ้นไป, ด้านผลกระทบต่อสังคม ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 คู่ กล่าวคือ คู่แรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบต่อสังคม แตกต่างกับผู้ที่อายุระหว่าง

41 – 50 ปี คู่ที่สอง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบต่อสังคม แตกต่างกับผู้ที่อายุ 51 ปี ขึ้นไป, ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ กล่าวคือ คู่แรก,สอง,สาม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี, 21 – 30 ปี, 31 – 40 ปี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับผู้ที่อายุระหว่าง 41 – 50 ปี คู่ที่สี่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับผู้ที่อายุ 51 ปี ขึ้นไป

3.3 จำแนกตามการศึกษา โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผลกระทบต่อชุมชนเมือง ผลกระทบต่อสังคม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบระหว่างคู่ ด้วยวิธีทดสอบของ scheffe ได้ผลการศึกษาดังนี้ ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ กล่าวคือ คู่แรก,สอง,สาม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุไม่เกิน 20 ปี, 21 – 30 ปี, 31 – 40 ปี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับผู้ที่อายุระหว่าง 41 – 50 ปี คู่ที่สี่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับผู้ที่อายุ 51 ปี ขึ้นไป, ผลกระทบต่อสังคม ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีการศึกษาต่ำกว่า ปริญญาตรี, ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลกระทบต่อสังคม แตกต่างกับผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

3.4 จำแนกตามอาชีพ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบระหว่างคู่ ด้วยวิธีทดสอบของ scheffe ได้ผลการศึกษาดังนี้ ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 คู่ กล่าวคือ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ, ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจ

[illegible]

ต่อสิ่งแวดล้อม รายคู่ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 คู่ กล่าวคือ คู่แรก ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท, ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับผู้ที่มียาได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 บาท ขึ้นไป คู่ที่สอง ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 25,000 บาท, ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับผู้ที่มียาได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 บาท ขึ้นไป คู่ที่สาม ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 35,000 บาท, ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับผู้ที่มียาได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 บาท ขึ้นไป คู่ที่สี่ ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 35,001 – 45,000 บาท ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลกระทบจากธุรกิจอาหารออนไลน์ต่อวิถีชีวิตประชาชนในเขตเทศบาลนครนครราชสีมา อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แตกต่างกับผู้ที่มียาได้เฉลี่ยต่อเดือน 55,001 บาท ขึ้นไป

อภิปรายผล

1. **ด้านผลกระทบต่อธุรกิจ** โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมาก และเห็นด้วยในระดับมากที่สุด คือ เพิ่มรายได้ให้ผู้ประกอบอาชีพส่งอาหารออนไลน์ เพราะเพิ่มช่องทางการหารายได้เสริมจากอาชีพปกติในเวลาหลังเลิกงาน รองลงมาเห็นด้วยในระดับมาก คือ ร้านอาหารที่เข้าร่วมขายออนไลน์จะมียอดขายมากขึ้น เนื่องจากมียอดขายมากขึ้นเพราะมีการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย เห็นด้วยในระดับมาก คือ ทำให้เศรษฐกิจด้านอาหารเมืองโคราชโตมากขึ้น เพราะมีการสั่งซื้อได้สะดวกขึ้น เห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ ร้านอาหารที่ไม่เข้าร่วมขายออนไลน์มียอดขายน้อยลง เนื่องจากไม่ได้ทำให้มียอดขายน้อยลงเพราะตลาดคนละกลุ่ม และ เห็นด้วยในระดับปานกลาง มีผลกระทบกับร้านอาหารดั้งเดิมที่ไม่ร่วมขายออนไลน์มาก เนื่องจาก มีผลกระทบไม่มากนักเพราะเขาขายรสชาติ ขายทำเล ราคาไม่สูง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ อารีย์ มัยยพงษ์ (2557) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต” พบว่าผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มี ผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในระดับมาก 2 ด้านคือด้านปัจจัยจำเป็นของผู้บริโภคและด้านอรรถประโยชน์ของผู้บริโภคส่วนด้านภาพลักษณ์สินค้าและบริการพบว่ากลุ่มที่เคยซื้อสินค้าและบริการมีความคิดเห็นด้านนี้อยู่ในระดับปานกลางและเมื่อเทียบความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยทั้ง 3 ด้านของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตระหว่างกลุ่มที่เคยซื้อสินค้าและบริการกับกลุ่มที่ไม่เคยซื้อพบว่ามีความคิดเห็นแตกต่างกันในด้านภาพลักษณ์ของสินค้าและบริการ

2. **ผลกระทบต่อชุมชนเมือง** โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมาก และเห็นด้วยในระดับมากที่สุด คือ การใช้ระบบออนไลน์มีความจำเป็นต่อการใช้ชีวิตประจำวัน เพราะปัจจุบัน

เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกเกือบทุกคนสามารถเข้าถึงได้ รองลงมาเห็นด้วยในระดับมาก คือ ผู้คนจะออกจากบ้านไปทานอาหารน้อยลง เพราะมีความสะดวกในการสั่งอาหารมารับประทาน เห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ ท่านต้องการมีส่วนร่วมเสนอปัญหาและข้อมูลแก่เทศบาลนครโคราช ไม่มีความจำเป็นในการเสนอข้อคิดเห็น และ เห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ ท่านต้องการให้การจัดทำประชาคมเรื่องนี้โดยเทศบาลนครโคราช ไม่จำเป็นต้องทำประชาคมในเรื่องนี้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ทวีวรรณ น้อยน้ำคำ (2558) ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคคนไทยในการซื้อสินค้าและบริการทางการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภค: ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) รวมทั้งศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการเข้าไปใช้บริการซื้อสินค้าและบริการทางการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ของผู้บริโภคคนไทยพบว่าในเรื่องของปัจจัยที่มี ผลต่อการซื้อสินค้าและบริการกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อราคาของสินค้าและบริการรูปแบบของสินค้าและบริการที่แสดงบนเว็บไซต์ความปลอดภัยในการชำระค่าบริการระยะเวลาที่ใช้ในการสั่งซื้อสินค้าแต่ละครั้งการรับประกันสินค้าความหลากหลายในตัวสินค้าและความสะดวกในการใช้บริการ

3. ผลกระทบต่อสังคม โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมาก และเห็นด้วยในระดับมาก คือ ผู้คนจะออกจากบ้านไปทานอาหารน้อยลง เพราะมีความสะดวกในการสั่งอาหารมาที่บ้าน และที่ทำงาน เห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ ความสัมพันธ์ของคนในสังคมระหว่างกันจะน้อยลง ไม่ใช่เพราะเขามีเวลาอยู่ร่วมกันมากขึ้นในครอบครัว เห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ไม่ได้เข้าร่วมออนไลน์อาจจะมีความรู้สึกลดคุณค่า ทำอย่างไรจะปรับตัวได้ ไม่มีผลกระทบด้านนี้ และเห็นด้วยในระดับน้อย คือ มีผู้ใช้จักรยานในเมืองมากขึ้นเพื่อส่งอาหารมีปัญหาด้านจราจรเพิ่มขึ้น เพราะไม่ได้ออกรถใหม่ แต่นารถที่มีอยู่แล้วมาใช้บริการส่งอาหาร สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วันเฉลิม ดวงกันยา (2561) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์แบบจัดส่งถึงที่ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา ศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์แบบจัดส่งถึงที่ในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา

4. ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับน้อย และเห็นด้วยในระดับน้อย คือ มีผู้ใช้จักรยานในเมืองมากขึ้นเพื่อส่งอาหารมีปัญหาด้านมลภาวะ การใช้รถส่วนตัวจะส่งผลกระทบต่อมลภาวะมากกว่ารถมอเตอร์ไซค์ ไม่มีผลกระทบเพราะใช้มอเตอร์ไซค์ส่งอาหาร ถ้าไปทานอาหารตามร้าน โดยรถส่วนตัวก็จะส่งผลกระทบต่อจราจรมากกว่าสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธนภูมิ สุริยมงคล (2561) ประสพการณ์ของผู้บริโภค ทักษะคติ และความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมต่อการใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เพื่อศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจจากความสะดวกสบาย ประโยชน์ที่ได้หลังการใช้งาน แรงจูงใจด้านความบันเทิง การประหยัดค่าใช้จ่าย การประหยัดเวลา ประสพการณ์การซื้อทางออนไลน์ก่อนหน้านี้ ทักษะคติของผู้บริโภค และความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรม ต่อการให้บริการจัดส่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้

1.1 ด้านผลกระทบต่อธุรกิจ ร้านอาหารที่ยังไม่เข้าร่วมควรศึกษาวิธีการเข้าร่วม และเข้าร่วมขายออนไลน์จะมียอดขายมากขึ้น เพราะมีการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย จะทำให้เศรษฐกิจด้านอาหารเมืองโคราชโตมากขึ้น เพราะมีการสั่งซื้อได้สะดวกขึ้น ส่วนร้านอาหารดั้งเดิมที่ไม่ร่วมขายออนไลน์ควรมีการพัฒนาเรื่องรสชาติ ขยายทำเล และราคาต้องไม่สูง เป็นธุรกิจที่สามารถมีรายได้เพิ่มขึ้นโดยไม่เบียดเบียนเวลาทำงานประจำ

1.2 ผลกระทบต่อชุมชนเมือง ผู้คนจะออกจากบ้านไปทานอาหาร เพราะมีความสะดวกในการสั่งอาหารมารับประทาน ทำให้ผู้คนมีเวลาอยู่กับครอบครัวมากขึ้นหลังเลิกงาน และพนักงานที่ทำงานในสถานที่ทำงานไม่ต้องเดินทางไปทานอาหารเพียงประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายลงได้ ขณะเดียวกัน การใช้ระบบออนไลน์มีความจำเป็นต่อการใช้ชีวิตประจำวันมากขึ้น เพราะปัจจุบันเป็นสังคมออนไลน์ เกือบทุกคนสามารถเข้าถึงได้

1.3 ผลกระทบต่อสังคม ผู้คนจะออกจากบ้านไปทานอาหารน้อยลง เพราะมีความสะดวกในการสั่งอาหารมาที่บ้าน และที่ทำงาน ทำให้ความสัมพันธ์ของคนในสังคมนี้น่าจะดีขึ้น เพราะเขามีเวลาอยู่ร่วมกันมากขึ้นในครอบครัว ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ไม่ได้เข้าร่วมออนไลน์อาจจะมีความรู้สึกลดคุณค่า ทำอย่างไรจะปรับตัวได้ ผลวิจัยบอกว่าไม่มีผลกระทบด้านนี้ ปัญหาด้านจรรยาบรรณเพราะคนไม่ใช้รถส่วนตัวออกจากบ้านหรือสำนักงานไปทานอาหาร

1.4 ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การใช้รถส่วนตัวจะส่งผลต่อมลภาวะมากกว่ามอเตอร์ไซค์ ไม่มีผลกระทบเพราะใช้มอเตอร์ไซค์ส่งอาหาร เพราะไม่ได้ออกรถใหม่ แต่นำรถที่มีอยู่แล้วมาใช้บริการส่งอาหาร ถ้าไปทานอาหารตามร้าน โดยรถส่วนตัวก็จะส่งผลต่อการจราจรและต่อสิ่งแวดล้อม มากกว่า

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเรื่องผลกระทบในวงกว้างทั้งจังหวัดนครราชสีมา หรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพราะในปัจจุบันนี้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับบริการรับส่งอาหาร (Food Delivery) มีแนวโน้มที่จะเติบโตมากขึ้นเพราะคนโคราช นิยมความสะดวกสบายมากขึ้น และธุรกิจในการให้บริการมีการแข่งขันกันอย่างมาก

2.2 การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเรื่องผลกระทบประเด็นอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกเหนือจากด้านผลกระทบต่อธุรกิจ ด้านผลกระทบต่อชุมชนเมือง ด้านผลกระทบต่อสังคม, ด้านผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เพราะความต้องการของลูกค้า และแนวโน้มของตลาดในธุรกิจประเภทนี้มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เพื่อจะได้ทราบผลกระทบ และปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ตลอดเวลา

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2563). นิติบุคคลจดทะเบียนการค้า ประกอบธุรกิจกักตุนอาหาร. ณ วันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2563.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2555). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. พิมพ์ครั้งที่ 13 กรุงเทพมหานคร : บิสนิเนสอาร์แอนด์ดี.

- ทวิวรรณ น้อยน้ำคำ. (2558). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคคนไทยในการซื้อสินค้าและบริการทางการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)**. สารนิพนธ์.บริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ. ถ่ายเอกสาร.
- ธนภูมิ สุริยมงคล. (2561). **ประสบการณ์ของผู้บริโภค ทักษะ และความตั้งใจในการกระทำพฤติกรรมต่อการใช้บริการจัดส่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วันเฉลิม ดวงกันยา. (2561). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์แบบจัดส่งถึงที่ในเขตอำเภอเมือง นครราชสีมา**. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมขนส่งบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- สำนักบริหารทะเบียน กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2561) **สำนักงานสถิติแห่งชาติ จำนวนประชากรรวมจังหวัดนครราชสีมา**. (ออนไลน์). ค้นจาก <http://stat.dopa.go.th>.
- สุดารัตน์ สิริมหาวงศ์ และสุวนันท์ คงใหม่. (2561). **ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจสั่งซื้ออาหารผ่านแอปพลิเคชัน LINE MAN เขตพระโขนง ในกรุงเทพมหานคร**. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ สังคมศาสตร์วิชาการ ครั้งที่ 14. (มปป.). เชียงราย: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- อภิรักษ์ จันทะนี. (2554). **สถิติและการวิจัยทางธุรกิจ สำหรับนักศึกษา MBA. และ Ph.D.** พระนครศรีอยุธยา : ฝ่ายบัณฑิตศึกษา คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- อภิรักษ์ จันทะนี และสุธานันท์ โพธิ์ชาธาร. (2552). **นักบริหารกัยมิตด้านการวิจัย**. นครราชสีมา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- อารีย์ มัยพงษ์. (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต**. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (8 ธันวาคม 2559). **หัวข้อจับตาปี 60 สั่งอาหารออนไลน์หนุนตลาด Delivery โตร้อยละ 11-15 สวนทางภาพรวมธุรกิจร้านอาหารที่เติบโตเพียงเล็กน้อย**. (ออนไลน์). ค้นจาก <https://www.kasikomresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/35933.aspx>.
- Brandbuffet. (17 มกราคม 2560). **Uber แดกธุรกิจใหม่ UberEats บริการส่งอาหารไว เอาใจยุคคนขี้เกียจรอคิว**. (ออนไลน์). ค้นจาก <https://www.brandbuffet.in.th/2017/01/ubereats-food-deliverythailand>.
- Positioningmag. (2561, 22 กุมภาพันธ์). **คนไทยชอบกิน ฟู้ดดีลิเวอรี่โตแรง 2.6 หมื่นล้าน Uber Eats ส่งแล้ว 1 ล้านจานใน 1 ปี**. (ออนไลน์). ค้นจาก <https://positioningmag.com/1158364>.
- SCB SME. (2560, 28 มิถุนายน). **Express delivery กับธุรกิจอาหาร**. (ออนไลน์). ค้นจาก https://scbsme.scb.co.th/sme-inspiration-detail/SCB_June_Express.

การสื่อสารอัตลักษณ์สินค้าที่ระลึกหนุนเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

Identity Communication of Souvenir to Support Community Based Tourism

เมธาวี จำเนียร¹

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism-CBT) กำลังจะฟื้นตัวจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 จากการช่วยเหลือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ชุมชนสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อีกครั้ง ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนถือเป็นเสน่ห์ของการท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างประสบการณ์การสัมผัสเรียนรู้วิถีชุมชนในทุกๆ มิติ ทั้งด้านสถานที่ท่องเที่ยว สถานที่พักอาศัย กิจกรรมการท่องเที่ยว รวมไปถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนในรูปแบบสินค้าที่ระลึกจากการที่นักท่องเที่ยวได้เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนและจะได้นำกลับไปเป็นสิ่งแทนความทรงจำและประสบการณ์จากการท่องเที่ยว สินค้าที่ระลึกเหล่านี้จึงสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ที่มีความเฉพาะของแต่ละพื้นที่ แต่ละท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี บทความฉบับนี้ จึงต้องการนำเสนอ ความสำคัญของผลิตภัณฑ์ชุมชนในแง่ของการเป็นสินค้าที่ระลึกเชิงการท่องเที่ยว แนวทางสื่อสารเรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์ผ่านผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นสินค้าที่ระลึกดังกล่าว เพื่อสร้างความสนใจให้นักท่องเที่ยวหันมาสนใจและซื้อสินค้าที่ระลึกกลับบ้านหลังจากการท่องเที่ยวในชุมชน ถือเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนไปในเวลาเดียวกัน

คำสำคัญ : การสื่อสารอัตลักษณ์, สินค้าที่ระลึก, การท่องเที่ยวโดยชุมชน

Abstract

Community Based Tourism (CBT) is recovering from the spread of COVID-19 from all relevant sectors' help so that communities can generate income by community based tourism again. The community based tourism is considered to be charm of tourism that focuses on creating experience, touching and learning about the community in every dimension; tourist attractions, accommodations, tourism activities including community products in the form of souvenir products which tourists who

¹ อาจารย์หลักสูตรนิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช E-Mail: methawee_kae@nstru.ac.th

travel in the community will bring back as a replacement of memories and experiences from tourism. These souvenir products can therefore reflect the unique identity of each area and each local as well. This article would like to present the importance of community products in terms of being souvenir products for tourism. The approach to communicate the unique storytelling through the community products that are souvenir products in order to stimulate the interest of tourists and purchase souvenir products after tourism in the community. This is for promoting community based tourism at the same time.

Keywords: Identity Communication, Souvenir, Community Based Tourism

บทนำ

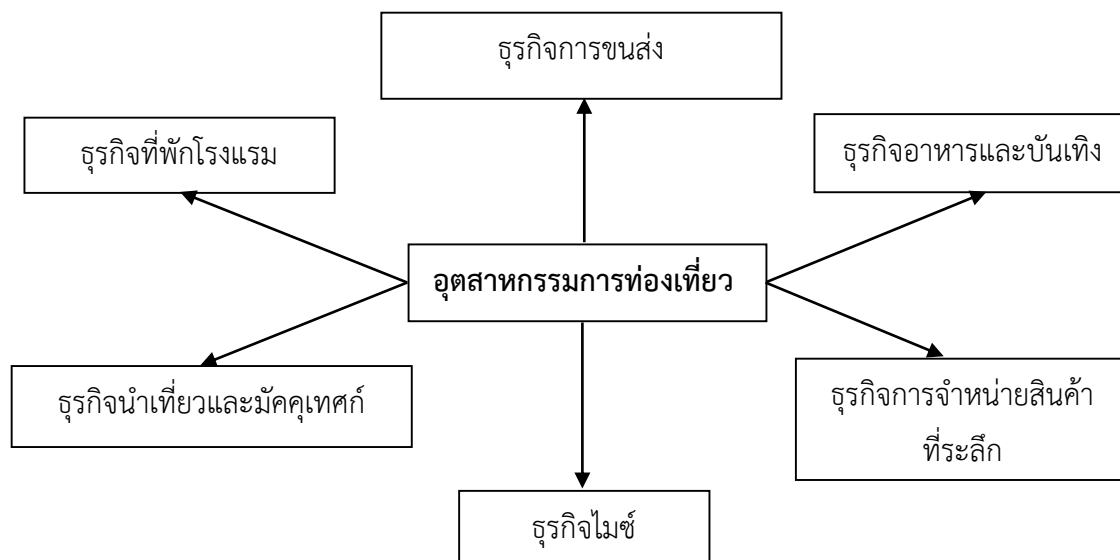
ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทุกเพศ ทุกวัย ทุกชนชาติต่างมีความต้องการหรือจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวในแต่ละครั้งแตกต่างกันไปในรายละเอียด แต่จุดที่อาจเรียกว่าเป็นจุดร่วมของการท่องเที่ยวคือ ประสบการณ์และความสุขจากการท่องเที่ยว นอกจากสถานที่ท่องเที่ยว หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว สถานที่พัก จะสามารถสร้างประสบการณ์และความสุขได้แล้ว สินค้าที่ระลึกที่มาจากการท่องเที่ยวแต่ละครั้งก็เป็นสิ่งที่สร้างประสบการณ์และความสุขได้เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมีผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีอัตลักษณ์หรือเอกลักษณ์ในแต่ละท้องถิ่น มีเรื่องราวความเป็นมาที่ไม่เหมือนใคร และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

การที่นักท่องเที่ยวจะตัดสินใจท่องเที่ยวและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกจากการท่องเที่ยว มักมาจากการได้รับรู้ข้อมูล เรื่องราวที่น่าสนใจ เกิดความรู้สึกเห็นด้วย ความน่าสนใจต่อการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกเหล่านั้นก่อนที่จะตัดสินใจมาท่องเที่ยวหรือเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าที่ระลึกดังกล่าว “การสื่อสาร” จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการสื่อสารให้นักท่องเที่ยวหรือผู้รับสารเข้าถึง “อัตลักษณ์” ของสถานที่ท่องเที่ยวหรือสินค้าที่ระลึกนั้นๆ

ความสำคัญของสินค้าที่ระลึกในการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สินค้าที่ระลึก (souvenir) เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว เพราะจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เมื่อเดินทางมาถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้เที่ยวชม ร่วมดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ได้เข้าพัก ได้รับประทานอาหารที่ปรุงจากวัตถุดิบที่มีประจำถิ่น ประจำฤดูกาล ถ่ายภาพบันทึกความประทับใจ และระหว่างการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะแสวงหาสินค้าที่ระลึกสำหรับตนเอง หรือฝากผู้ที่เป็นที่รัก กลับไปยังภูมิลำเนาของตนเอง เพื่อเป็นของที่แทนความทรงจำที่ประทับใจจากแหล่งท่องเที่ยว หรือความปรารถนาดีที่มีต่อผู้ที่เป็นที่รัก (กรมการท่องเที่ยว, 2562 : 51)

เมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จะพบว่า ธุรกิจการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกเป็นองค์ประกอบที่สำคัญหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพใหญ่ด้วยเช่นเดียวกัน ดังแผนภาพของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2557 : 253)



ภาพที่ 1 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ที่มา: บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2557: 253)

ย้อนกลับมามองธุรกิจสินค้าที่ระลึกในการท่องเที่ยวโดยชุมชน สินค้าที่ระลึกเหล่านั้นล้วนเป็นผลิตผลของคนในชุมชน ซึ่งสามารถจำแนกประเภทเป็นสินค้าหัตถกรรม สินค้าหัตถกรรมอุตสาหกรรม และสินค้าอุตสาหกรรม ซึ่งพัฒนาจากสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP ทั้งประเภทอาหาร และเครื่องดื่ม ผ้าและเครื่องแต่งกาย เครื่องสำอาง สมุนไพรที่ไม่ใช่ยา ของใช้หรือของตกแต่งหรืออาจจะเป็นสินค้าจากผู้ประกอบการวิสาหกิจ หรือนักธุรกิจทั้งในและนอกชุมชน ทำให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นกับผู้ผลิต ผู้จำหน่ายในชุมชนแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังสืบสานและต่อยอดคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นอีกด้วย (กรมการท่องเที่ยว, 2562 : 51)

ทั้งนี้ วัตถุประสงค์ของที่ชุมชนใช้อุปโภคหรือบริโภคในชีวิตประจำวัน สามารถนำมาปรับเปลี่ยนบทบาทเป็นสื่อวัตถุหรือสินค้าที่ระลึกส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ โดย กำจร หลุยยะพงศ์ (2553 : 460-469 อ้างใน กำจร หลุยยะพงศ์, 2560 : 10-18) ได้ประมวลความสำคัญและบทบาทหน้าที่ของสื่อวัตถุที่มีบทบาทด้านเศรษฐกิจ ซึ่งพบว่าบทบาทด้านเศรษฐกิจดังกล่าวส่งผลต่อความหมายดั้งเดิมของสื่อวัตถุนั้นๆ ด้วย เช่น ผ้าทอกะเหรี่ยงที่ปัจจุบันได้กลายมาเป็นที่รู้จักในฐานะสินค้าของฝากที่ระลึก แทนการใช้แต่งตัวในชีวิตประจำวัน เป็นต้น

เช่นเดียวกับที่ ศิริพร ณ ถลาง (2556 อ้างใน อภิลักษณ์ เกษมผลกุล, 2558 : 49 อ้างใน สุชาดา พงศ์กิตติบุญ, 2560 : 8-36) ได้สรุปไว้อย่างน่าสนใจว่า สินค้าที่ระลึกเป็นสิ่งสำคัญที่เป็นตัวแทนของแต่ละชุมชนหรือแต่ละพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวจะต้อง “ซื้อ” กลับไปเพื่อเป็นที่ระลึกของการไปท่องเที่ยว “ต่างแดน” หรือ “ต่างพื้นที่” สื่อวัตถุที่เคยมีความเกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันของคนในชุมชนก็อาจถูกปรับเปลี่ยนหน้าที่ไป เพื่อประโยชน์ในแง่เศรษฐกิจแทน

สินค้าที่ระลึกจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพใหญ่รวมถึงการมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของชุมชนซึ่งวัตถุดิบของที่ชุมชนนำมาใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันสามารถนำมาสร้างรายได้โดยการพัฒนาเป็นสินค้าที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวและเรียนรู้ชุมชน ได้เลือกซื้อสินค้าที่ระลึกเหล่านี้ติดตัวกลับไป

สินค้าที่ระลึกกับการสื่อสารอัตลักษณ์

การสื่อสารอัตลักษณ์ คือ การแสดงออกถึงความเป็นตัวตน ความเฉพาะเจาะจง ความเป็นหนึ่งที่ไม่เหมือนใครในรายละเอียดของสินค้าที่ระลึก ชุมชนจึงต้องร่วมกันหาจุดเด่น จุดแตกต่างของสินค้าที่ระลึกของท้องถิ่นของตน เพื่อการสร้างความน่าสนใจแก่ผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อ โดยในการสื่อสารอัตลักษณ์ควรประกอบด้วย

การสะท้อนคุณค่าของความเป็นตัวตน (self-confident value) สะท้อนเสน่ห์ จุดเด่น หรืออัตลักษณ์ของชุมชน โดยการนำข้อมูล หรือความรู้ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมประจำถิ่นมาสรุปเป็นสารสนเทศ และสื่อสารให้สามารถเข้าใจง่ายในเวลารวดเร็วและชัดเจน สามารถสื่อให้ผู้ชมเข้าใจความหมายของข้อมูลทั้งหมดผ่านสินค้าที่ระลึกนั้นๆ

การสะท้อนคุณค่าแห่งความทรงจำ (retro value) ผู้ออกแบบสามารถใช้อุปกรณ์ประกอบทางศิลปะ ได้แก่ เส้น ลวดลาย สี สัน พื้นผิว รูปร่าง รูปทรง แสงเงา มาออกแบบสินค้าที่ระลึกรวมทั้งบรรจุภัณฑ์ เพื่อสื่อถึงอารมณ์แห่งการระลึกถึงนั้น โดยคำนึงถึงอารมณ์ของลูกค้าขณะที่ซื้อ และอารมณ์ของลูกค้าขณะที่ใช้สินค้านั้นๆ ด้วย เพราะสินค้าที่ระลึกบางอย่างใช้ตั้งโชว์ บางอย่างสามารถตั้งโชว์ได้และนำมาใช้ประโยชน์ได้ แต่บางอย่างใช้แล้วหมดไป อาจจะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณค่า จนสามารถเก็บเป็นของสะสมที่มีคุณค่าแห่งความทรงจำแทนได้

การสะท้อนคุณค่าทางจิตใจ (sentiment value) ซึ่งเป็นความปรารถนาดีของผู้ซื้อส่งผ่านมิตรภาพไปยังผู้รับ หากสินค้าที่ระลึกมีองค์ประกอบของสถานที่ท่องเที่ยวย่อมมีคุณค่าแห่งความทรงจำ แต่ถ้าสินค้าที่ระลึกนั้นเป็นเสมือนสัญลักษณ์ สิ่งแทนที่มีความหมายเชิงจิตวิญญาณ ความเชื่อด้านสิริมงคล โชคลาภ กันภัย ซึ่งอาจเป็นความหมายเฉพาะบุคคล ความหมายเฉพาะถิ่น หรือความหมายสากล สินค้าที่ระลึกนั้นย่อมมีความพิเศษมากยิ่งขึ้น เช่น รูปหัวใจ สื่อความหมายสากล หมายถึง ความรัก (กรมการท่องเที่ยว, 2562)

จะเห็นได้ว่า สินค้าที่ระลึกจะต้องแสดงหรือสื่อสารให้เห็นถึงความเป็นตัวตนที่มีความเฉพาะของตนเอง ซึ่งเป็นการสื่อสารอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน รวมถึงจะต้องสะท้อนความทรงจำ

ที่เคยไปท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น และสะท้อนคุณค่าทางจิตใจ ด้วยการสื่อความหมายเพื่อสร้างความเข้าใจและความน่าสนใจให้แก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นด้วย

กรวิวัฒน์ เดชอ้อม (2556 : 353-356) เสนอกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยไว้ 5 ขั้นตอน ซึ่งผู้เขียนขอนำมาเป็นแนวทางในการใช้สื่อสารอัตลักษณ์สินค้าที่ระลึกของการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การค้นหาอัตลักษณ์ (identity) และทำความเข้าใจคุณค่าของวัฒนธรรมทั้งวิถีชีวิต ศิลปะ ประเพณี ภูมิปัญญา เชื้อชาติและความหลากหลายทางธรรมชาติ

ในการสื่อสารอัตลักษณ์ของสินค้าที่ระลึกของชุมชน ชุมชนจะต้องมาร่วมกันระดมความคิดเพื่อค้นหาอัตลักษณ์ ความเป็นเฉพาะตัว หรือความเป็นหนึ่งที่ไม่มีที่ใดมีเหมือน เพื่อจะเป็นจุดเด่นที่ใช้ในการสื่อสารเรื่องราวของสินค้าที่ระลึกที่จะเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภค

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างเอกลักษณ์ (uniqueness) และการสร้างความแตกต่าง (differentiation) เพื่อป้องกันการถูกลอกเลียนแบบและสร้างความยั่งยืนของอุตสาหกรรมในภาพรวม

ต่อจากขั้นตอนที่ 1 สินค้าที่ระลึกของชุมชนควรจะได้มีการสร้างความเป็นเอกลักษณ์และความแตกต่างจากสินค้าที่ระลึกของชุมชนอื่นๆ เพราะในบางครั้งชุมชนที่มีพื้นที่ใกล้เคียงกัน อาจจะมีสินค้าที่ระลึกที่คล้ายคลึงกัน ชุมชนจึงควรร่วมมือร่วมแรงเพื่อหาจุดเด่นและความแตกต่างของสินค้าที่ระลึกของชุมชนของตน อาจจะเป็นในเรื่องของคุณภาพ สี กลิ่น รส ที่มา ความเชื่อ ฯลฯ

ขั้นตอนที่ 3 การยังรู้ความต้องการของตลาดในเชิงลึกเพื่อค้นหาความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว

ในการผลิตสินค้าที่ระลึกเพื่อหนุนเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องมีการศึกษาด้านการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงกระแสการบริโภคในสถานการณ์ปัจจุบัน เพื่อชุมชนจะได้ผลิตสินค้าได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และประโยชน์ใช้สอยในตัวสินค้าที่ระลึก เช่น ในกระแสการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สินค้าที่ระลึกที่เป็นผ้า ก็มักจะได้รับการออกแบบมาเป็นหน้ากากอนามัยแบบผ้า ถุงผ้าใส่เจลแอลกอฮอล์ ฯลฯ

ขั้นตอนที่ 4 การสร้างเสริมคุณค่า (value) ให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวด้วยการออกแบบแนวคิด ผลิตภัณฑ์ บริการ และประสบการณ์ เพื่อสร้างความตระหนักที่นำไปสู่ความเข้าใจเชิงลึกและการมีส่วนร่วมในผลิตภัณฑ์

นอกจากจะเป็นเพียงสินค้าที่ระลึกแล้ว การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความผูกโยงกับสินค้าที่ระลึกก็สามารถนำไปสู่การสร้าง ความสนใจและความตระหนักถึงคุณค่าของสินค้าที่ระลึก รวมถึงการมีส่วนร่วมในสินค้าของที่ระลึกนั้นๆ เช่น การทำผ้าบาติกที่นักท่องเที่ยวสามารถวาดลวดลายและลงสีได้เอง เครื่องปั้นดินเผาที่นักท่องเที่ยวสามารถปั้นสร้างสรรค์ได้เอง เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 5 การปรับเปลี่ยนกลวิธีการพัฒนาสู่การมอบคุณค่าด้วยผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น เป็นการเชื่อมคุณค่าของความดั้งเดิมและความทันสมัยเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน

ในการผลิตสินค้าที่ระลึกเพื่อหนุนเสริมการท่องเที่ยว นอกจากชุมชนควรจะมีความรู้ในเชิงการตลาดเพื่อการรู้เท่าทันพฤติกรรมผู้บริโภคแล้ว ต้องเน้นการสื่อสารเรื่องคุณค่าของสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวจะได้รับทั้งในเรื่องอัตลักษณ์ของชุมชนและความร่วมสมัยที่นักท่องเที่ยวสามารถนำสินค้าที่ระลึกนั้นไปใช้ประโยชน์ได้ทั้งทางร่างกายและจิตใจ (จิตคุปต์ ละอองปลิว, 2562 : 51)

ทั้งนี้ การให้รายละเอียดทางประวัติศาสตร์ของสถานที่หรือผลิตภัณฑ์จะมีผลกระทบสูงต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในเชิงบวก และการมองเห็นความงามของสินค้าที่ระลึก และนำไปสู่การตัดสินใจซื้อ (Kim, S., 1997 อ้างใน Yiamjanya, 2018 : 159)

ความสำคัญของการเล่าเรื่องสื่อสารผ่านผลิตภัณฑ์ชุมชนสินค้าที่ระลึก

การสื่อสารอัตลักษณ์สินค้าที่ระลึกวิธีหนึ่งที่นิยมทำและได้ผลอย่างมากคือ การเล่าเรื่อง (storytelling) ไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือหนึ่งของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่จะสร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือนเท่านั้น หากแต่ยังเป็นเครื่องมือในการนำพาการท่องเที่ยวไปสู่เป้าหมาย ผ่านความเข้าใจในสิ่งที่เป็ “คุณค่า” ของชุมชน ซึ่งทำให้เกิดความยั่งยืนขึ้นทั้งแก่กิจกรรมการท่องเที่ยวเองแก่ชุมชน ไปจนถึงแก่สังคมโดยรวมด้วย

การเล่าเรื่องนั้นเกิดผลต่อนักท่องเที่ยวได้ 6 ระดับ (กรมการท่องเที่ยว, 2562 : 39) ผู้เขียนขอนำมาเป็นแนวทางการสื่อสารสินค้าที่ระลึกของชุมชน ดังนี้

1. รับรู้/เรียนรู้ การทำให้นักท่องเที่ยวทราบถึงประวัติ เรื่องราว ความเป็นมาของสินค้าที่ระลึกแต่ละชิ้น แต่ละรูปแบบ จะทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้เรื่องราว และอาจสนใจเข้าไปศึกษาเรียนรู้เรื่องราวของสินค้าที่ระลึกนั้นๆ อย่างลึกซึ้งถ่องแท้มากขึ้น

2. ประสบการณ์ การสร้างประสบการณ์ร่วมของนักท่องเที่ยวมีความสำคัญ เพราะสามารถสร้างการจดจำได้ดีกว่าการรับรู้ผ่านการฟังหรือการมองเห็นเท่านั้น เมื่อนักท่องเที่ยวได้ซื้อหาสินค้าที่ระลึกจากการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง สินค้าที่ระลึกเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ระลึกและเล่าเรื่องประสบการณ์จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง

3. เข้าใจ/รู้สึกร่วม ความเข้าใจเรื่องราวที่สื่อสารผ่านสินค้าที่ระลึกจะทำให้มีความรู้สึกร่วมในสิ่งที่สินค้าที่ระลึกนั้นๆ สื่อสารเรื่องราวออกไป

4. จดจำ เมื่อเรื่องราวที่เล่าผ่านสินค้าที่ระลึกสามารถสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวแล้ว ย่อมทำให้เรื่องราวของชุมชนนั้นถูกจดจำในระยะยาว การจดจำนี้เองที่ทำให้นักท่องเที่ยวกล่าวถึงชุมชนเมื่อมีโอกาส รวมทั้งมาท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต

5. บอกต่อ/ติดต่อ เมื่อเกิดความประทับใจต่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเริ่มบอกต่อความประทับใจนี้แก่ผู้อื่น การบอกต่อนี้เป็นการตลาดที่มีพลังมาก และทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นโดยไม่

ต้องเสียค่าโฆษณา สำหรับสินค้าที่ระลึกเมื่อนักท่องเที่ยวซื้อกลับมาจากการท่องเที่ยวแล้วนำไปมอบให้กับคนอื่นในลักษณะของฝากของที่ระลึกก็จะเป็นตัวสื่อสารเรื่องราวให้เกิดนักท่องเที่ยวอื่นๆ เข้ามาเที่ยวในชุมชนต่อเนื่องกันไป

6. เกิดการเปลี่ยนแปลง เมื่อมีการบอกต่อเรื่องราว ประสบการณ์การท่องเที่ยวในวงกว้าง สิ่งที่เกิดขึ้นต่อมาก็คือ ความรู้สึกร่วมของคนจำนวนมากและร่วมกันคิดต่อเพื่อทำบางสิ่งบางอย่าง ซึ่งการลงมือทำบางสิ่งบางอย่างหลังได้ฟังเรื่องราวจากการท่องเที่ยวชุมชนนั้น อาจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ เช่น การเกิดกระแสนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยว การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมที่กำลังสูญหาย

อย่างไรก็ตาม สินค้าที่ระลึกซึ่งเป็นลักษณะสื่อวัตถุเป็นสื่อเงียบ ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้องเพิ่มความน่าเชื่อถือ และความน่าสนใจให้กับสื่อวัตถุที่นำมาผลิตซ้ำเป็นสินค้าที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวซื้อสินค้าหรือสินค้าที่ระลึกจะมี “ชุดคำสำคัญ” ที่แสดงให้เห็นถึงความเก่าแก่ดังกล่าวด้วย อาทิ ร้อยปีโบราณ วันวาน สูตรคุกกี้/ยายต้นตำรับ เจ้าแรกดั้งเดิม (อภิสิทธิ์ เกษมผลกุล, 2558 อ้างใน สุชาดา พงศ์กิตติบูลย์, 2560 : 8-36)

นอกจากนี้ การซื้อสินค้าที่ระลึกก็ยังบ่งบอกสุนทรียะของผู้ซื้อและสื่อวัตถุหรือสินค้าที่ระลึกที่มีเรื่องเล่าก็เป็นส่วนหนึ่งของตัวอย่างที่เป็นรูปธรรมของการแสดงความเป็น “ปัญญาชน” ในสังคมสมัยใหม่ด้วยสินค้าที่ระลึกจึงเป็นสื่อที่มีคุณค่าและความหมายทั้งสำหรับผู้ซื้อที่เป็นเสมือนเครื่องเตือนความจำว่าครั้งหนึ่งเคยเดินทางมายังสถานที่แห่งนั้น ในขณะเดียวกันสินค้าที่ระลึกยังจะสื่อความหมายไปถึงผู้รับและผู้ซื้อที่ซื้อสินค้าที่ระลึกไปฝากผู้อื่น เป็นความหมายว่า แม้จะจากไปต่างถิ่นต่างที่ก็ยังมิไจราลิกถึง หากมองที่สื่อวัตถุก็จะเห็นน้ำใจและรำลึกไปถึงผู้ให้ด้วย (สุชาดา พงศ์กิตติบูลย์, 2560 : 8-36)

การเล่าเรื่องสื่อสารผ่านผลิตภัณฑ์ชุมชนสินค้าที่ระลึกจึงมีความสำคัญต่อการรับรู้ของผู้บริโภค เพื่อนำไปสู่การมีประสบการณ์ร่วมของนักท่องเที่ยว การจดจำเรื่องราวที่สื่อสารผ่านสินค้าที่ระลึก นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวจะมีการบอกต่อเรื่องราวประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านการเห็นหรือใช้สินค้าที่ระลึก และอาจนำไปสู่การรวมกลุ่ม เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีต่อชุมชนและสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ

แนวทางการเล่าเรื่องสื่อสารผ่านผลิตภัณฑ์ชุมชนสินค้าที่ระลึก

จากการศึกษาข้อมูลต่างๆ ข้างต้นดังที่กล่าวมา ผู้เขียนจึงสามารถสรุปแนวทางการเล่าเรื่องสื่อสารผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นสินค้าที่ระลึกซึ่งมีแนวทางหรือวิธีการดำเนินการทำงานร่วมกันของชุมชน ดังนี้

1. ชุมชนควรมีส่วนร่วมในการสื่อสารเรื่องราวทั้งการคิดรูปแบบ/ช่องทางและเนื้อหา (participation) โดยเฉพาะเนื้อหาสาระที่ใช้ในการสื่อสารผลิตภัณฑ์ชุมชนสินค้าที่ระลึกควรเกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกๆ คน ไม่ว่าจะเป็นคนในชุมชน ผู้ขาย และอาจหมายรวมถึงผู้ซื้อ ทั้งนี้

ควรวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสินค้าที่ระลึกที่จะจำหน่ายและสร้างสรรค์เนื้อหาให้เกิดความน่าสนใจ และวิเคราะห์ช่องทาง (channel) ช่วยกันค้นหาการหาช่องทางใหม่ๆ เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชนสินค้าที่ระลึกอยู่เสมอ ไม่นำเสนอผ่านเพียงเฟซบุ๊ก ยูทูบ เพราะอาจมีช่องทางใหม่ๆ เกิดขึ้นตลอดเวลา

2. ดึงจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ชุมชนสินค้าที่ระลึกเพื่อนำมาเป็น “จุดขาย” ให้แก่ผู้บริโภค โดยอาจจะพิจารณาจากส่วนประสมทางการตลาด 4P ได้แก่ ตัวผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่ขาย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) อย่างไรก็ตาม โดยส่วนใหญ่ ผลิตภัณฑ์ชุมชนสินค้าที่ระลึกมักจะดึงจุดเด่นของตัวผลิตภัณฑ์เป็นหลัก โดยมักจะเน้นเรื่องของความเป็นอัตลักษณ์ที่ไม่เหมือนใครและคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์มาเป็นจุดขาย เพราะความมีเสน่ห์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนคือ การเป็นหนึ่งเดียวในโลก มีความไม่เหมือนใคร (unique) อยู่ในโลกของลิมิเต็ด เอ디션 (limited edition) จะทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนสินค้าที่ระลึกนั้นมีคุณค่า น่าซื้อ สามารถนำมาสร้างความสนใจของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม “จุดขาย” ที่กล่าวถึง อาจจะต้องสะท้อนมาจากผู้ผลิตตัวผลิตภัณฑ์เอง และการสอบถามจากผู้ซื้อ ผู้ใช้มาประกอบกัน เพื่อดึงเอาความเด่นของสินค้าที่มาจากทั้งสองมุมมองมาใช้ในการสื่อสารต่อ

3. ค้นหาเนื้อหาเล่าเรื่อง (storytelling) การจะสร้างสรรค์เนื้อหาเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ชุมชนสินค้าที่ระลึกได้เป็นอย่างดี อาจจะต้องมีการสืบค้นอดีต หาที่มา ตำนาน ความเชื่อมาประกอบกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและความต้องการของตลาดในปัจจุบัน เพื่อการต่อยอดผลิตภัณฑ์ในอนาคต กล่าวคือ จะต้องแสวงหาเรื่องราวความน่าสนใจของตัวผลิตภัณฑ์ ที่อาจมีเรื่องราวมาตั้งแต่ในอดีต มาพิจารณาร่วมกับความสนใจและพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคในปัจจุบันว่าสอดคล้องกันหรือไม่ ควรเสริมความสนใจและพัฒนาผลิตภัณฑ์อะไรที่ตรงกับ ความสนใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้บริโภค ทั้งนี้เพื่อผลประโยชน์ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และการเห็นแนวโน้มการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการต่อยอดการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนสินค้าที่ระลึกในอนาคต

4. เนื้อหาในการนำเสนอควรโดนใจตั้งแต่เห็นภาพ รับชม และควรมีความสั้น กระชับ ไม่ยืดเยื้อยาวนาน ในการนำเสนอเนื้อหาผลิตภัณฑ์ชุมชนสินค้าที่ระลึก ผู้ผลิตสื่อควรนำเสนอจุดเน้นตั้งแต่เริ่มต้น และเนื้อหาต้องไม่ยาวจนเกินไป จนขาดความเป็นจุดเด่น ความเป็นหนึ่งเดียว

5. เนื้อหาควรมีความทันสมัย และร่วมสมัยในมุมมองของผู้บริโภคสัมผัสได้ และเข้าถึงสิ่งที่ต้องการนำเสนอ เกิดการรับรู้ ความสนใจ และการตัดสินใจซื้อสินค้านั้นๆ นอกจากนี้ ควรทันสมัยในประเด็นอื่นๆ เช่น วิธีการนำเสนอ มีการเล่าเรื่อง มีบรรยากาศ มีตราสินค้าที่ทันสมัย แปลกตา การหาความทันสมัยแบบนี้ต้องอาศัยการศึกษา การติดตาม และการสังเกตอยู่เสมอ

6. เนื้อหาที่นำเสนอสะท้อนการมีผลประโยชน์ให้ทุกๆ คน (benefit) การแจกแจงให้ทุกคนที่มีส่วนร่วมเห็นถึงประโยชน์จะเกิดแรงจูงใจที่จะทำให้เป้าหมายที่ตั้งไว้สำเร็จ เช่น นักท่องเที่ยวหรือผู้ซื้อจะได้ประโยชน์อะไรจากผลิตภัณฑ์ชุมชนสินค้าที่ระลึกนี้ ผู้ขายรวมถึงผู้ผลิตใดบ้างที่ได้รับประโยชน์

จากข้อมูลข้างต้น สอดคล้องกับ Suriya & Gruen 2012 อ้างใน Suriya, 2012 : 95) ที่ศึกษาพบว่า รายได้จากการผลิตของที่ระลึกสามารถช่วยกระจายรายได้ให้แก่คนยากไร้ในการท่องเที่ยวโดยชุมชนของหมู่บ้านแม่กำปอง จ.เชียงใหม่ ซึ่งมีปัจจัยสำคัญ ได้แก่ การเปิดโอกาสให้ทุกกลุ่มสามารถเข้ามาผลิต และการมีรูปแบบของสินค้าใหม่ๆ อยู่เสมอ

การเล่าเรื่องเพื่อสื่อสารเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นของที่ระลึกจึงมีความจำเป็นไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าตัวรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ เพราะจะเป็นตัวกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและตัดสินใจซื้อของที่ระลึกนั้นได้ง่ายขึ้น เพื่อจะได้นำไปเป็นของที่ระลึกให้ตนเองว่าครั้งหนึ่งเคยมาท่องเที่ยว ณ ที่แห่งหนึ่ง และสามารถนำไปเป็นข้อมูลบอกต่อแก่ผู้ที่ซื้อของที่ระลึกไปฝาก เพื่อให้เกิดการรู้จักชุมชน เกิดความเข้าใจ สนใจ และอาจส่งผลให้ต้องการมาเยือนมาท่องเที่ยวชุมชนนั้นๆ ด้วยเช่นเดียวกัน

สรุป

ธุรกิจสินค้าที่ระลึกเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน สินค้าที่ระลึกซึ่งมักเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ถือเป็นสิ่งสำคัญที่จะหนุนเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน และอาจมีการต่อยอดพัฒนาไปสู่การเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ด้วย สินค้าที่ระลึกที่ดี ควรมีการสื่อสารอัตลักษณ์เฉพาะพื้นที่ เฉพาะท้องถิ่น มีความเป็นเอกลักษณ์และแตกต่างจากที่อื่น ตลอดจนมีการเล่าเรื่อง เพื่อสื่อสารเรื่องราวไปยังนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเล่าเรื่องผ่านสินค้าที่ระลึกของชุมชนนั้น จะสามารถสร้างการรับรู้ การมีประสบการณ์ร่วม เข้าใจ และมีความรู้สึกร่วม การจดจำ การบอกต่อและการเปลี่ยนแปลงที่ดีต่อสังคมได้ ชุมชนจึงควรมีแนวทางการเล่าเรื่องสื่อสารสินค้าที่ระลึก ตั้งแต่การให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการค้นหาจุดเด่น ค้นหาเรื่องราวมานำเสนอ เนื้อหาการนำเสนอควรมีลักษณะสั้น กระชับ และมีความร่วมสมัย ตลอดจนสะท้อนการมีผลประโยชน์ให้แก่ทุกๆ คน ทั้งผู้ผลิต และนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นผู้บริโภค

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2562). **คู่มือพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในชุมชน**. กรุงเทพฯ: ปาร์ตี้ บูม.
- กำจร หลุยยะพงศ์. (2560). หน่วยที่ 10 การผลิตสื่อวัตถุและการออกแบบกิจกรรมของชุมชน ใน เอกสารการสอนชุดวิชาการวางแผน การออกแบบ และการผลิตสื่อชุมชน หน่วยที่ 9-15. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- จิตคุปต์ ละอองปลิว. (2562, กรกฎาคม-ธันวาคม). การท่องเที่ยวเมืองรอง: ทางเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จังหวัดราชบุรี. *วารสารอินทนิลทักษิณสาร มหาวิทยาลัยทักษิณ*, 14(2). 39-60.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2557). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : เพ็ญข้าหลวง พรินต์ติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2556). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย*, 33(2). 353-356.
- สุชาติ พงศ์กิตติบูลย์. (2560). หน่วยที่ 8 การใช้และการพัฒนาสื่อพื้นบ้านในชุมชน ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการวางแผน การออกแบบ และการผลิตสื่อชุมชน หน่วยที่ 5-8*. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Ahmad Nazrin Aris Anuar & Nur Adila Amira Mohd Sood. (2017). Community based tourism: Understanding, Benefits and challenges. *Journal of Tourism & Hospitality*, 6(10).
- Suriya, K. (2012). **Chapter 6 Sustainable Pro-poor Community-based Tourism in Thailand**. [Online]. Available from: https://www.zef.de/fileadmin/user_upload/6e65_AED_ch06_pp_93_104_Suriya.pdf (2020, July 9).
- Yiamjanya, S. (2018). Secondary and Fringe Towns along the Northern Thailand Route for Self-drive Tourism: An Investigation of Tourists' Perceived Souvenir Qualities and Attributes Predicting Decision Making to Purchase. **The 2018 International Academic Research Conference in Vienna**. [Online]. Available from: http://www.elic.ssrui.ac.th/siripen_yi/pluginfile.php/75/mod_page/content/15/25%29%20VI18-1110_Full%20Paper-Siripen%20Yiamjanya-Vienna2018.pdf (2020, July 9).

**การพัฒนาตนผ่านปรัชญากุญแจดอก
ของสถาบันพลังจิต ธรรมะ จักรวาล**
Self Development by Nine Keys Philosophy Palangjit
Dhamma Jakrawan Institute

ชนภา ปุณณันท์¹

บทคัดย่อ

การพัฒนาตนตามแนวคิดปรัชญากุญแจดอก เกี่ยวข้องกับความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสังคม สิ่งแวดล้อมรอบข้าง ความสงบสุขในชีวิต และประสิทธิผลในการทำงาน การรับรู้คุณค่าในตนเอง การยอมรับจุดเด่น และจุดด้อยในตนเอง ส่งผลต่อความกระตือรือร้นในชีวิต รวมไปถึงสามารถรับมือกับอารมณ์และสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นมา การพัฒนาโดยขาดการยอมรับและเห็นคุณค่าในตนเองจะส่งผลให้บุคคลเกิดปัญหาในเรื่องของเขี้ยวอารมณ์ ทักษะทางสังคม ซึ่งการพัฒนาตนตามแนวทางของปรัชญากุญแจดอกประกอบไปด้วย 1) การรู้ทันความคิดตนเอง 2) การรู้จักวิเคราะห์ตนเองทั้งในเรื่องความคิด การกระทำ รวมไปถึงเหตุการณ์ที่กระทำลงไปส่งผลอย่างไรต่อความคิดขณะนั้น 3) การไตร่ตรองในสิ่งที่บุคคลกระทำทั้งกาย วาจา และใจ หรือกระบวนการทางความคิด 4) สร้างความกล้าจากภายในจิตใจตน 5) กล้าเผชิญกับปัญหา 6) รู้จักการคิดบวกและให้อภัย 7) เตรียมพร้อมรับปัญหาในทุกรูปแบบที่ผ่านเข้ามา 8) ยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง 9) รู้จักการบริหารจัดการส่วนที่ดีเพื่อพัฒนาเป็นทักษะของตน และส่วนที่เป็นจุดอ่อนเพื่อปรับปรุงและพัฒนา

คำสำคัญ: การพัฒนาตน, ปรัชญากุญแจดอก, สถาบันพลังจิต ธรรมะ จักรวาล

Abstract

Self-development according to Nine-Keys Philosophy relating to the ability to adapt to society, environment, peace ableness in life, and effectiveness in work. The peoples who have self-esteem, accepting for strengths and weaknesses in themselves will have affect the enthusiasm for life, including able to cope with various emotions and situations that arise. The self-development a lack of self-acceptance and self-esteem will affect to emotional intelligence and social skills. Self-development

¹คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, E-mail: cherryandrew@gmail.com

according to Nine-Keys Philosophy consist of, 1) have self-awareness 2) knowing how to analyze oneself in thoughts and actions 3) to reflect on what is done 4) raising braveness in self 5) dare fight the problem 6) knowing how to positive thinking and forgiveness 7) prepared for all kinds of problems 8) accept diversity 9) known good management of parts to develop their skills, and the weaknesses to improve and development.

Keywords: Self-development, Nine-key philosophy, Palangjit Dhamma Jakrawan Institute

บทนำ

ปัจจุบันมนุษย์ใช้ชีวิตในสังคมผ่านการแข่งขัน และให้ความสำคัญกับวัตถุมากกว่าจิตใจ คุณค่าทางจิตใจของมนุษย์ถูกมองข้าม เมื่อมนุษย์ลดทอนคุณค่าของตนเองรวมไปถึงจิตใจของตน การพัฒนาตนเองในสังคมจึงต้องใช้กระบวนการทางสังคม การอบรมทางพระพุทธศาสนา เข้ามาขัดเกลาเพื่อยกระดับจิตใจ สภาพสังคมดังกล่าวทำให้มนุษย์ดำเนินชีวิตเปรียบเสมือนหุ่นยนต์ ทำงานหนักเพื่อตอบสนองความต้องการพื้นฐานของชีวิตเช่น ความต้องการทางด้านปัจจัย 4 ความต้องการได้รับการยกย่องชมเชย ความต้องการยอมรับจากสังคมและคนรอบข้าง รวมไปถึงการมีหน้าที่การงาน ตำแหน่งที่มั่นคง การแข่งขันที่เกิดขึ้นทำให้พบว่าพฤติกรรมของมนุษย์กำลังเปลี่ยนไป มีความเปี่ยงเบนไปจากบรรทัดฐานที่เคยยึดถือปฏิบัติ และมีค่านิยมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ความมีน้ำใจไมตรีกำลังหายไปจากสังคมไทย ซึ่งการแสดงออกพฤติกรรมของมนุษย์ผ่านทางกายและวาจาเป็นผลมาจากการแสดงปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งเร้าในสถานการณ์ต่างๆ (พระครูใบฎีกาบุญเพ็ง สุธรรมโม (จำปาสุข) และพระมหาสากล สุภรเมธี, 2561: 45)

พฤติกรรมและความต้องการของมนุษย์ที่แสดงออกส่งผลให้ปัจเจกบุคคลเริ่มมีแนวคิดที่จะพัฒนาตนเองเพื่อมุ่งไปสู่เป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เพราะการพัฒนาตนเองเป็นเป้าหมายที่สำคัญเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดียิ่งขึ้นเช่น การศึกษาต่อเพื่อเพิ่มพูนความรู้ในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน เข้ารับการอบรมเพื่อเพิ่มทักษะและประสบการณ์ รวมไปถึงเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ตลอดเวลาเพื่อเพิ่มสมรรถนะ (Competency) ให้กับตนเอง จะเห็นได้ว่าการพัฒนาตนเองนั้นต้องมีหลักคิดและแนวทางในการพัฒนา ในอดีตได้มีนักปราชญ์ชาวกรีก เช่น เพลโตและอริสโตเติลได้กล่าวถึงแนวคิดที่ใกล้เคียงกับการพัฒนาตนเอง กล่าวคือเพลโตมองว่า การพัฒนาตนเองต้องใช้ความคิดและเหตุผล เพราะจะทำให้มนุษย์เข้าใจสิ่งต่างๆ รอบตัว ขณะที่อริสโตเติลมองว่า การพัฒนาตนเองสิ่งสำคัญต้องทำ ความเข้าใจในสิ่งต่างๆ และสังเกตอย่างเป็นระบบ ดังนั้นการพัฒนาตนเองจึงต้องเริ่มจากการวิเคราะห์ตนเองว่าอยากจะเพิ่มทักษะทางด้านใด หรือต้องการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของตนให้เป็นไปในทางที่ดี

ขึ้น เพราะการพัฒนาตนต้องประกอบไปด้วย 2 ปัจจัย ประกอบไปด้วย การพัฒนาจากภายในคือ จิตใจ ความคิด ทศนคติ และการพัฒนาภายนอกคือ บุคลิกภาพ ซึ่งทั้งสองอย่างเป็นสิ่งที่ขาดจากกัน ไม่ได้จึงเป็นที่มาของแนวคิดทางด้านจิตวิทยาไม่ว่าจะเป็นด้านพฤติกรรมศาสตร์ เช่น นักจิตวิทยากลุ่ม มนุษยนิยม (Humanism) ซึ่งนักจิตวิทยากลุ่มนี้มีความเชื่อว่า มนุษย์แต่ละคนเป็นผู้ซึ่งพยายามที่จะ รู้จักและเข้าใจตนเอง และยอมรับในสมรรถภาพวิสัยของตนเอง แต่เมื่อได้รับการเรียนรู้และการชี้แนะ เข้าใจธรรมชาติที่ถูกต้องจะทำให้เข้าใจตนเองมากขึ้น (เชน นคร, 2563: 74)

ปรัชญากุญแจดอก เป็นปรัชญาของสถาบันพลังจิต ธรรมะ จักรวาล ที่ใช้เป็นแนวทาง สำคัญในการอบรมจริยธรรมของผู้บริหารองค์กร ผู้นำภาครัฐและภาคเอกชน เยาวชน รวมไปถึงบุคคล ทั่วไปที่เข้ารับการอบรม ปรัชญากุญแจดอกมีจุดเริ่มต้นจากผู้จัดกิจกรรมอบรมเก็บข้อมูลจากความ ทุกข์ และการไม่ประสบความสำเร็จในชีวิตของมนุษย์ว่าสาเหตุเกิดจากปัจจัยใด ผลจากการเก็บข้อมูล พบว่า ปัจจัยภายในคือ จิตใจ ความคิด และทัศนคติมีผลต่อการพัฒนาตนเอง เช่น การไม่รู้จักรักคุณค่า แห่งตน และไม่สามารถวิเคราะห์ในจุดเด่น และจุดด้อย ส่งผลต่อพฤติกรรมภายนอกเช่น การทำงาน ที่ไม่สัมฤทธิ์ผล ไม่สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่น การทำงานไม่ตรงตามความสามารถ ปัจจัยที่กล่าวมา ล้วนแล้วแต่เป็นสาเหตุที่เกิดขึ้นในปัจจุบันว่าเพราะเหตุใดในสังคมจึงมีตัวแบบแห่งความสำเร็จ และ ส่วนใหญ่จะเดินตามตัวแบบนั้น แต่ขาดการวิเคราะห์ตนเองว่ามีศักยภาพเรื่องใด และพัฒนาให้ตรงจุด จึงจะเกิดการพัฒนามีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ชัดเจน (สถาบันพลังจิต ธรรมะ จักรวาล, 2558: 60)

ด้วยเหตุนี้ ผู้เขียนจึงขอนำเสนอโมเดลการพัฒนาตน ซึ่งได้มาจากการบูรณาการทางความคิด ของบอยเดล (Boydell) ซึ่งเป็นนักจิตวิทยาที่มีแนวคิดเรื่องของการพัฒนาตน และปรัชญากุญแจดอก ของสถาบันพลังจิต ธรรมะ จักรวาล เพื่อเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่สามารถตอบสนองต่อสังคมตาม แผนยุทธศาสตร์ 20 ปี ว่าด้วยเรื่องการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทย เพราะการพัฒนาคุณภาพชีวิต ที่ดีได้นั้น ต้องเกิดจากการพัฒนาปัจเจกบุคคลให้เกิดการพัฒนาเปลี่ยนแปลงทางความคิด และ พฤติกรรม จึงจะเรียกได้ว่าเป็น “มนุษย์ที่สมบูรณ์แบบ” (Perfectionist Human)

แนวคิดการพัฒนาตนเอง

มนุษย์ทุกคนมีความต้องการในการพัฒนาตนเอง ต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่หรือสร้างแรงจูงใจใน การพัฒนาตนเอง เพื่อความก้าวหน้าในอาชีพ ความต้องการพื้นฐานปัจจัย 4 ความมั่นคงเรื่องรายได้ และการได้รับการยอมรับ ซึ่งในปัจจุบันในโลกยุคแห่งโลกาภิวัตน์ ยุคแห่งข้อมูลข่าวสาร และ ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) เข้ามาปฏิบัติหน้าที่สำคัญแทนมนุษย์ การเปลี่ยนแปลง เช่นนี้เมื่อมนุษย์ไม่เกิดการพัฒนาตน มนุษย์จะกลายเป็นผู้ล้าหลังและเสียประโยชน์ ดังนั้นการพัฒนา ตนเองเพื่อให้เรียนรู้ได้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคโลกาภิวัตน์เพื่อความอยู่รอดของมนุษย์จึง เป็นสิ่งที่จำเป็น บอยเดล (Boydell, 1985 อ้างถึงใน อัจฉรา ประเสริฐสิน, 2556, น. 76) นักจิตวิทยา

ที่คิดค้นทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาตนเอง ได้กำหนดขอบเขตสาระสำคัญของทฤษฎีการพัฒนาตนเอง ประกอบไปด้วย 9 กิจกรรม กล่าวคือ

1) การจดบันทึกส่วนตัว (Personal Journal) เป็นการพัฒนาตนเองโดยการบันทึกเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวัน หรือบันทึกความคิดทุกอย่างที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน

2) การพิจารณาย้อนหลัง (Backwards Review) เป็นการพิจารณาย้อนหลังถึงเหตุการณ์ในแต่ละวันที่บุคคลควรพิจารณาถึงเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและสิ้นสุดลงในแต่ละวัน มีการทบทวนถึงพฤติกรรมที่ได้ประพฤติปฏิบัติในวันนั้น

3) การทบทวนสิ่งที่เกิดขึ้น (Reflecting on things that happen) เป็นการพัฒนาระบบการผ่านประสบการณ์ที่ผ่านมาเพื่อนำไปสู่การเรียนรู้และการพัฒนา

4) การพัฒนาจิตใต้สำนึก (Listening to your inner self and self-counselling Intuition) เป็นการพัฒนาที่เป็นความคิดเห็น ความรู้ ความสามารถและการให้คำแนะนำแก่ตนเองได้ตลอดเวลา โดยเฉพาะเมื่อต้องเผชิญการตัดสินใจที่ยากลำบาก หรือจำเป็นต้องเลือกทางใดทางหนึ่งก็จะสามารถสร้างความกล้าจากภายในตนได้

5) ความกล้าในการลองสิ่งใหม่ (Course to try out new things) การพัฒนาในรูปแบบดังกล่าวเป็นการให้ผู้อื่นร่วมรับรู้ปัญหาให้กำลังใจและสร้างความตั้งใจที่แน่วแน่ให้ต่อเนื่องกัน เป็นผลสะท้อนจากการทำงานเป็นกลุ่ม การรับฟังปัญหาและการแก้ไขปัญหาจากผู้อื่นเป็นการสร้างแรงบันดาลใจ

6) การทดลองความประพฤติรูปแบบใหม่ (Experimenting with new behaviors) เป็นการพัฒนาที่พยายามลองทำสิ่งต่างๆ ด้วยวิธีใหม่อย่างรอบคอบทำให้บุคคลเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ซึ่งการเปลี่ยนแปลงนี้เกิดขึ้นได้จากการประเมินตนเองเช่น การศึกษาข้อความที่จดบันทึกไว้ การรับฟังคำวิจารณ์จากเพื่อนร่วมงาน

7) การปรับปรุงพลังความตั้งใจ (Improving your will power) การพัฒนาตนด้วยพลังตั้งใจที่เข้มแข็งเป็นสิ่งจำเป็นในการพัฒนา และเป็นผลของการพัฒนา เพราะความตั้งใจจะเป็นจุดเปลี่ยนในการพัฒนาตนเอง

8) การเปิดใจให้กว้าง (Keeping an open mind) เป็นการพัฒนาด้านจิตใจเมื่อต้องพบเจอสถานการณ์ใดก็ตามที่มีบุคคลที่เห็นด้วยและไม่เห็นด้วย ให้มาวิเคราะห์พิจารณาตนเองว่ามีความใจกว้างในการยอมรับ หรือลำเอียงในความคิดตนหรือไม่

9) การจัดการกับส่วนดีและส่วนเสีย (Working with your higher and lower selves) เป็นการวิเคราะห์พฤติกรรมจากการจดบันทึกและทบทวนสิ่งที่เกิดขึ้นว่าแบบใดคือส่วนที่ดีและคนยอมรับชื่นชม ส่วนใดคือส่วนที่เสียที่ทำให้เกิดการวิจารณ์ แล้วกลับมาทบทวนซ้ำๆ เพื่อให้เห็นภาพที่กว้างขึ้น และเห็นส่วนประกอบภายในตนเอง

กล่าวโดยสรุป แนวคิดการพัฒนาตนเองของ Boydell เชื่อว่าการพัฒนาตนเองเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างความคิด ความสามารถและความรู้สึก เป็นแนวคิดที่มุ่งเน้นให้บุคคลยอมรับในตนเอง รู้จักพิจารณาตนเองผ่านตรรกะและเหตุผล โดยใช้การปฏิสัมพันธ์กับบุคคลเป็นฐานในการพัฒนาตนเอง และรู้จักกับการจัดการส่วนดีและส่วนเสียของตน

ปรัชญากุญแจดอก

หลักปรัชญากุญแจดอกเป็นปรัชญาที่เป็นแนวทางการใช้ชีวิตในสังคมโดยรูปแบบของฆราวาส ซึ่งเป็นปรัชญาเฉพาะของสถาบันพลังจิต ธรรมะ จักรวาล ที่ใช้ในการอบรมที่ทางสถาบันจัดขึ้น ที่ผ่านมาพบว่า ได้มีการนำปรัชญากุญแจดอกไปใช้ในสังคม ในหน้าที่การงานและชีวิตประจำวัน จนเกิดเป็นประสิทธิภาพและประสิทธิผลในหน้าที่การงานและการดำรงชีวิต ซึ่งกุญแจทั้งเก้าดอกประกอบไปด้วย (สถาบันพลังจิต ธรรมะ จักรวาล, 2558: 36)

1. กุญแจแห่งความเพียร (The key of perseverance) คือ การมีความอดทนเป็นที่ตั้ง การเตรียมพร้อมในการทำงานทุกรูปแบบ จุดกำเนิดของกุญแจดอกที่ 1 เกิดจากการที่มนุษย์ขาดความอดทนในงาน ในตน และขาดประสิทธิผลของงาน และขาดการควบคุมตนเอง จนเกิดผลกระทบต่อส่วนรวม ซึ่งเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาต่อตนเองและผู้อื่น ดังนั้นเมื่อมนุษย์ขาดความอดทน จึงเป็นผู้ที่ขาดสติ และเกิดการสูญเสียได้

2. กุญแจแห่งปัญญา (The key of intellectual) คือ การมีสติและปัญญาเป็นที่ตั้ง จุดกำเนิดของกุญแจดอกที่ 2 เกิดจากการที่มนุษย์ถ้าพึงปฏิบัติได้ในขั้นตอนแรก ก็จะสามารถมีปัญญาในการคิดหาทางออก ในการแก้ไขปัญหา แต่ถ้าขาดไว้ซึ่งกุญแจดอกที่ 1 กุญแจดอกที่ 2 จะเกิดขึ้นไม่ได้ เนื่องจากเมื่อขาดความอดทน นั้นหมายถึง การขาดสติ จึงไม่สามารถมาใช้กุญแจดอกที่ 2 ให้เกิดผลได้

3. กุญแจแห่งการสำรวจตน (The key of self-exploration) คือ การรู้จักวิเคราะห์และสำรวจตนเองเป็นที่ตั้ง จุดกำเนิดของกุญแจดอกที่ 3 เป็นผลต่อเนื่องจากการที่มนุษย์เมื่อมีปัญญา มีสติ จะรู้จักการวิเคราะห์และสำรวจจุดบกพร่องในตน และหาทางแก้ไขปัญหาตนเองอย่างมีสติ ดังนั้นเมื่อขาดสติจากกุญแจดอกที่ 2 จึงไม่สามารถใช้กุญแจดอกที่ 3 ได้ เพราะเมื่อขาดปัญญา การสำรวจตนจะพึงกระทำมิได้

4. กุญแจในการสื่อสารและทักษะทางปัญญา (The key of communication and intellectual skills) คือ มีทักษะการสื่อสารที่ดี การไตร่ตรองตนเองทั้งกาย วาจา ใจเป็นที่ตั้ง จุดกำเนิดของกุญแจดอกที่ 4 เป็นผลต่อเนื่องจากการสำรวจตน วิเคราะห์ตนได้แล้ว จึงเป็นการสร้างมนุษยสัมพันธ์ผ่านวาจา สร้างมิตรผ่านการสื่อสาร รู้จักสำรวจ ไม่พูดให้ร้ายผู้อื่น คิดก่อนที่จะพูดหรือสื่อสารออกไป ดังนั้นเมื่อไม่สามารถสำรวจตนจากกุญแจดอกที่ 3 ได้ จะไม่สามารถสร้างมิตรจากคำพูดได้เลย เพราะคำพูดเป็นนายที่สร้างมิตร หรือสร้างศัตรูได้ในเวลาเดียวกัน

5. **กุญแจแห่งการแก้ไขปัญหา (The key of problem solving)** คือ สามารถแก้ปัญหาก่อนเกิดเหตุ และทำงานเป็นทีมได้ จุดกำเนิดของกุญแจดอกที่ 5 เป็นผลต่อเนื่องจากการใช้วาจาเป็นมิตร และการใช้สติให้เกิดผล กล่าวคือ เมื่อมีสติ จะเกิดการวิเคราะห์สถานการณ์ต่าง ๆ ที่เข้ามาได้ เพราะความนิ่ง ความสงบจากการใช้กุญแจดอกที่ 2 และเมื่อผ่านกุญแจดอกที่ 4 คือ วาจาเป็นมิตร จะสามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้

6. **กุญแจแห่งการคิดบวกและการให้อภัย (The key of Positive Thinking and Forgiveness)** คือ การคิดบวกและมีความเมตตาเป็นที่ตั้ง จุดกำเนิดของกุญแจดอกที่ 6 เป็นผลต่อเนื่องมาจากกุญแจดอกที่ 5 คือการคิดบวกต่อเพื่อนมนุษย์ และรู้จักเมตตาผู้อื่น ให้อภัยผู้อื่น เพราะในสังคมการมีเรื่องกระทบกันเป็นเรื่องปกติธรรมดา แต่เมื่อคิดบวกและมีเมตตาซึ่งกันและกัน จะไม่เกิดศัตรู และจะเกิดความรักสีขาวคือ ความจริงใจซึ่งกันและกัน

7. **กุญแจแห่งภาวะผู้นำ (The key of leadership)** คือ การสร้างตนให้แข็งแกร่งและช่วยเหลือผู้อื่นได้ จุดกำเนิดของกุญแจดอกที่ 7 เป็นผลต่อเนื่องมาจากกุญแจดอกที่ 1-6 เมื่อมนุษย์มีการพัฒนาระดับจิตใจขึ้นมาระดับหนึ่งจะเกิดความแข็งแกร่งในตน หรือที่เรียกว่า “พลังจิตเชิงบวก” เมื่อมีพลังจึงถ่ายทอดพลังดังกล่าวให้ผู้อื่นเช่น การให้ความรู้ในสิ่งที่ผู้อื่นไม่รู้ การช่วยเหลือในงานที่ผู้อื่นทำไม่ได้ให้ทำได้ กุญแจดอกนี้เรียกว่า “กุญแจแห่งภาวะผู้นำ” (Keys of leadership) เมื่อตนเองแข็งแกร่ง จึงรู้จักถ่ายทอดความแข็งแกร่งให้ผู้อื่นได้

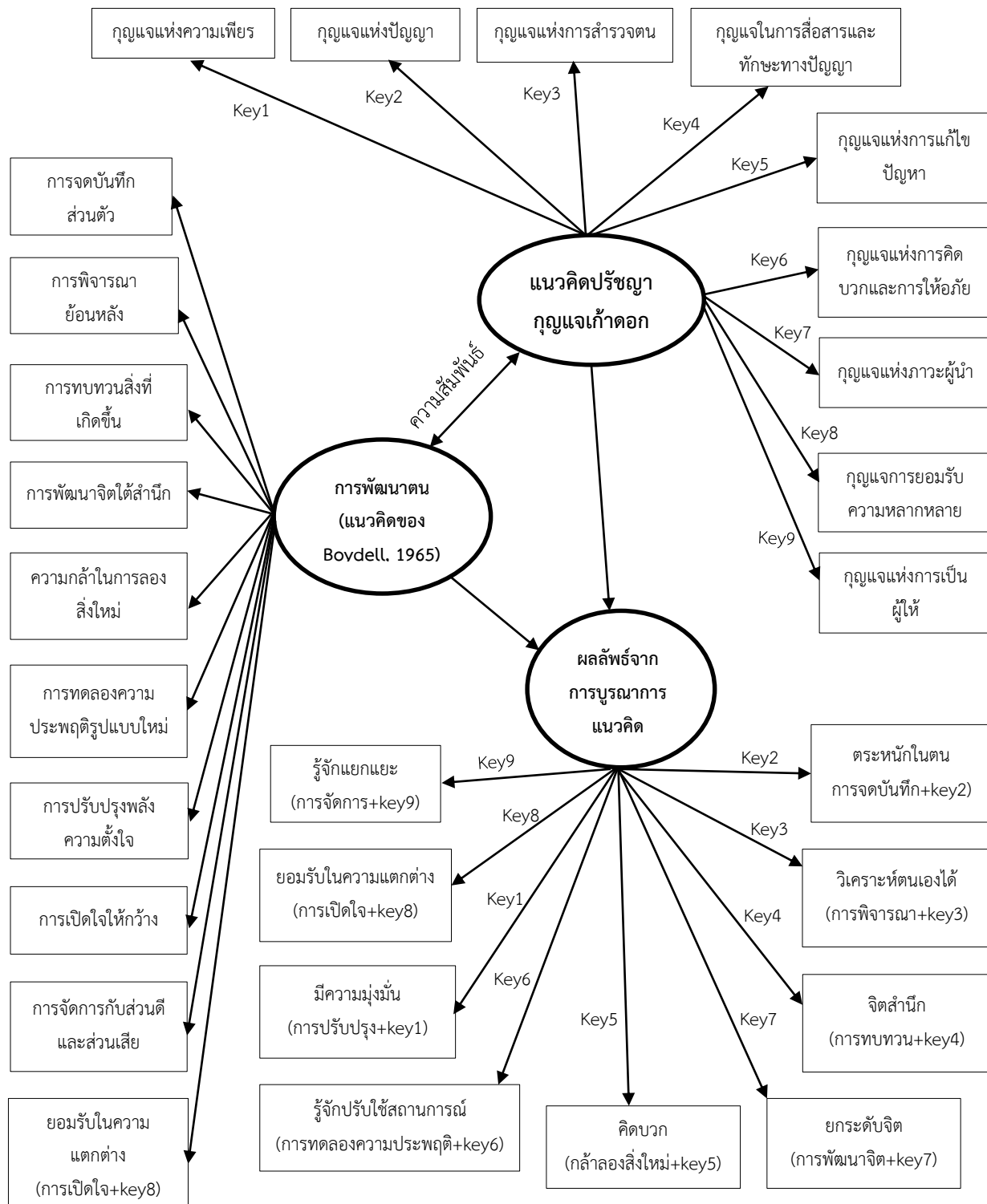
8. **กุญแจการยอมรับความหลากหลาย (The key of accepting diversity)** คือ การยอมรับในความแตกต่างหลากหลายเป็นที่ตั้ง จุดกำเนิดของกุญแจดอกที่ 8 เกิดขึ้นจากกุญแจดอกที่ 7 คือ “กุญแจแห่งภาวะผู้นำ” เมื่อเป็นผู้นำสิ่งสำคัญคือ จะพบเจอมนุษย์ที่แตกต่างหลากหลายทั้งเพศ ความคิด ศักยภาพ เชื้อชาติ วัฒนธรรม ดังนั้นภาวะผู้นำก็ต้องยอมรับในความแตกต่างหลากหลาย ทั้งปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ให้มองที่จุดเด่นเพื่อนำมาใช้งาน และจุดด้อยของแต่ละบุคคลเพื่อนำมาพัฒนา

9. **กุญแจแห่งการเป็นผู้ให้ (The key of Giving and Sharing)** คือ การรู้จักแสดงความยินดีกับผู้อื่น จุดกำเนิดของกุญแจดอกที่ 9 เกิดขึ้นจากกุญแจดอกที่ 1-8 เมื่อผ่านการยกระดับจิต จนสามารถสร้างตน สร้างคน สร้างงาน ให้แข็งแกร่ง มีจริยธรรมในตน มีศักยภาพ สามารถจัดการและพัฒนาและสามารถช่วยเหลืองานของตนเองได้ สามารถยอมรับความผิดและความชอบ รู้จักการแสดงความยินดีต่อตนเองและผู้อื่น เพราะนั่นหมายถึงการพัฒนามนุษย์ที่ประเสริฐและพึงตนเองได้อย่างสมบูรณ์แบบ

กล่าวโดยสรุป หลักปรัชญากุญแจเก้าดอกสามารถนำไปใช้ได้จริงในสังคมไทย และเป็นหลักในการอยู่ร่วมกัน รวมไปถึงเป็นการส่งเสริมจริยธรรมอันดีให้กับสังคมไทย ซึ่งกุญแจทั้งเก้าดอกเปรียบเสมือนลำดับขั้นของการใช้ชีวิต และกุญแจแต่ละดอกสามารถนำมาใช้ได้ตามบริบทและสถานการณ์ที่เกิดขึ้นกับปัจเจกบุคคล

การพัฒนาตนตามแนวคิดของ Boydell กับปรัชญาทฤษฎีแก้ออก

จากการสังเคราะห์แนวคิดของ Boydell (1985) และบูรณาการปรัชญาทฤษฎีแก้ออก ส่งผลดังนี้



ภาพที่ 1 โมเดลการพัฒนาตน

จากแผนภาพที่ 1 เป็นโมเดลการพัฒนาตนของบอยเดล บูรณาการกับปรัชญาญแจแก้ดอก ซึ่งเกิดจากการสังเคราะห์ และเปรียบเทียบแนวคิด เพื่อเป็นองค์ความรู้โดยอยู่บนพื้นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งแนวคิดของบอยเดลเป็นกระบวนการพัฒนาตนที่อาศัยปัจจัยภายในเป็นฐานในการพัฒนาตน ซึ่งใกล้เคียงกับแนวคิดปรัชญาญแจแก้ดอกซึ่งเป็นหลักในการอยู่ร่วมกันเพื่อสันติภาพในสังคม โดยอาศัยกระบวนการเก็บข้อมูลจากความทุกข์ภายในจิตใจ เพราะพื้นฐานแนวคิดทั้งสองมีความเชื่อว่า บุคคลจะเกิดการพัฒนาตนให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์แบบนั้นต้องอาศัยปัจจัยภายในเป็นกระบวนการสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมภายนอก กล่าวคือ

1) แนวคิดของบอยเดลเชื่อว่าการพัฒนาตนได้นั้นต้องอาศัยการจดบันทึกในความคิดของตนเองที่เกิดขึ้นอย่างฉับพลัน แต่ในขณะเดียวกันปรัชญาญแจแก้ดอกคือ ญแจดอกที่ 2 ญแจแห่งปัญญาที่มีความเชื่อว่าการรู้ทันความคิดตนเองได้นั้นสิ่งสำคัญคือ สติและปัญญา ดังนั้นเมื่อนำมาบูรณาการแนวคิดทั้งสองร่วมกันผลลัพธ์ในการพัฒนาตนคือ บุคคลจะมีความตระหนักรู้ในตน

2) แนวคิดของบอยเดลเชื่อว่าการพัฒนาตนได้นั้นต้องอาศัยการพิจารณาย้อนหลังถึงเหตุการณ์ในแต่ละวันที่บุคคลควรพิจารณา แต่ในขณะเดียวกันปรัชญาญแจแก้ดอกคือ ญแจดอกที่ 3 ญแจแห่งการสำรวจตนมีความเชื่อว่าการพิจารณาถึงเหตุการณ์ย้อนหลังในแต่ละวันนั้นสิ่งสำคัญ คือ การรู้จักวิเคราะห์ตนเองทั้งในเรื่องความคิด การกระทำ รวมไปถึงเหตุการณ์ที่กระทำลงไปส่งผลอย่างไรต่อความคิดขณะนั้น เมื่อนำแนวคิดทั้งสองมาบูรณาการร่วมกัน ผลลัพธ์ในการพัฒนาตนคือ บุคคลจะรู้จักสำรวจตนเอง วิเคราะห์ตนเองได้

3) แนวคิดของบอยเดลเชื่อว่าการทบทวนสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นการพัฒนากระบวนการผ่านประสบการณ์ที่ผ่านมาเพื่อนำไปสู่การเรียนรู้และพัฒนา แต่ในขณะเดียวกันปรัชญาญแจแก้ดอกคือ ญแจดอกที่ 4 คือ ญแจในการสื่อสารและทักษะทางปัญญาเชื่อว่า การทบทวนสิ่งที่เกิดขึ้นได้นั้นสิ่งสำคัญคือ การไตร่ตรองในสิ่งที่บุคคลกระทำทั้งกาย วาจา และใจ หรือกระบวนการทางความคิด เมื่อนำแนวคิดทั้งสองมาบูรณาการร่วมกัน ผลลัพธ์ในการพัฒนาตนคือ บุคคลจะมีจิตสำนึกในตน

4) แนวคิดของบอยเดลเชื่อว่าการพัฒนาจิตใต้สำนึกคือการพัฒนาความเห็น ความรู้ ความสามารถ และการให้คำแนะนำตนเองได้ตลอดเวลา แต่ในขณะเดียวกันปรัชญาญแจแก้ดอกคือ ญแจดอกที่ 7 คือ ญแจแห่งภาวะผู้นำเชื่อว่า เมื่อมนุษย์มีการพัฒนาจิตใต้สำนึกหนึ่งจะสามารถสร้างตนให้แข็งแรงจากภายในจิตใจ และสามารถสร้างความกล้าจากภายในจิตใจตนได้ เมื่อนำแนวคิดทั้งสองมาบูรณาการร่วมกัน ผลลัพธ์ในการพัฒนาตน คือ บุคคลจะสามารถยกระดับจิตใจของตนได้มากขึ้น

5) แนวคิดของบอยเดลเชื่อว่าการกล้าในการลองสิ่งใหม่คือการที่ให้ผู้อื่นร่วมรับรู้ปัญหา และเป็นการรับฟังปัญหาจากสมาชิกภายในกลุ่มและคำแนะนำจากผู้อื่น แต่ในขณะเดียวกันปรัชญาญแจแก้ดอกคือ ญแจดอกที่ 5 ญแจแห่งการแก้ไขปัญหาเชื่อว่า มนุษย์ที่กล้าลองสิ่งใหม่คือ การให้

ผู้อื่นรับรู้ปัญหาของตน และรับฟังจุดอ่อนของบุคคลในทีม นั้นหมายถึงเป็นการแก้ปัญหา ก่อนเกิดเหตุ เพราะเมื่อบุคคลทั้งสองฝ่ายรับรู้ปัญหาร่วมกันถึงตัวตนของตนเอง จะทำให้เกิดการทำงานเป็นทีมที่มี ประสิทธิภาพและเกิดเป็นสมรรถนะการทำงานที่มีคุณภาพ ผลลัพธ์จากการที่กล้าลองสิ่งใหม่และฝึก ปรับเปลี่ยนทัศนคติตนเองซ้ำๆ จะเกิดการพัฒนาทางความคิด และเขาว์อารมณ์คือ จะเป็นผู้ที่คิดบวก และมองโลกในแง่ดี ส่งผลให้มีคุณภาพชีวิต สุขภาพจิตที่ดีขึ้น

6) แนวคิดของบอยเดลเชื่อว่าการทดลองความประพฤติดรูปแบบใหม่เป็นการพยายามลองทำ สิ่งใหม่อย่างรอบคอบและจะเกิดกระบวนการประเมินตนเองได้เช่น การศึกษาข้อความที่จดบันทึกไว้ และรับฟังคำวิจารณ์จากเพื่อนร่วมกัน แต่ในขณะเดียวกันปรัชญาบุญแจ้ถั่วดอกคือ บุญแจ้ถั่วดอกที่ 6 บุญแจ้ถั่วดอกแห่งการคิดบวกและการให้อภัยเชื่อว่า การทดลองความประพฤติดรูปแบบใหม่หรือการประเมิน ตนเองโดยการรับฟังคำวิจารณ์จากเพื่อนร่วมงาน ซึ่งการรับฟังคำวิจารณ์นั้นอาจจะเป็นสิ่งที่ขัดใจหรือ บุคคลปฏิเสธสิ่งที่เพื่อนร่วมงานวิจารณ์ภายในจิต และความคิดตน แต่ปรัชญาบุญแจ้ถั่วดอกแห่งการคิดบวก และการให้อภัยพื้นฐานของปรัชญาข้อนี้คือ การรู้จักให้อภัย มีเมตตา และผู้วิจารณ์มีความจริงใจ ต่อบุคคลที่ผู้วิจารณ์ต้องการช่วยเหลือ ผลลัพธ์ที่ได้คือ รู้จักการนำแนวทางมาปรับใช้ในสถานการณ์ ที่จำเป็นเพราะทั้งสองฝ่ายกล้าเผชิญสิ่งที่มนุษย์ในสังคมส่วนใหญ่ไม่สามารถก้าวข้ามได้ เพราะการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจะเป็นการพัฒนาตนที่ได้รับการยอมรับจากสังคมส่วนรวม และสร้างความ แข็งแกร่งให้เกิดขึ้นในองค์กรได้

7) แนวคิดของบอยเดลเชื่อว่าการปรับปรุงพลังความตั้งใจ จะเป็นจุดเปลี่ยนในการพัฒนา ตนเอง แต่ในขณะเดียวกันปรัชญาบุญแจ้ถั่วดอกคือ บุญแจ้ถั่วดอกที่ 1 บุญแจ้ถั่วดอกแห่งความเพียรเชื่อว่า การปรับปรุงพลังความตั้งใจในการพัฒนาตน ต้องใช้การอดทน และเตรียมพร้อมรับปัญหาในทุก รูปแบบที่ผ่านเข้ามาที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาตน เมื่อนำแนวคิดทั้งสองมาบูรณาการร่วมกัน ผลลัพธ์ที่ได้คือ จะเกิดความมุ่งมั่นในตนเอง

8) แนวคิดของบอยเดลเชื่อว่าการเปิดใจให้กว้างเป็นการพัฒนาจิตใจเมื่อต้องพบเจอ สถานการณ์ที่บุคคลมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ซึ่งส่วนใหญ่จะเกิดจากการทำงานเป็นทีม เมื่อนำมา บูรณาการกับปรัชญาบุญแจ้ถั่วดอกคือ บุญแจ้ถั่วดอกที่ 8 คือ บุญแจ้ถั่วดอกแห่งการยอมรับความหลากหลาย ผลลัพธ์คือ จะเกิดการยอมรับความแตกต่างที่หลากหลาย

9) แนวคิดของบอยเดลเชื่อว่าการจัดการส่วนดีและส่วนเสียเป็นการแยกระหว่างส่วนที่มีคน ชื่นชมนั่นคือส่วนที่ต้องรักษาหรือพัฒนาต่อไป ส่วนที่เสียคือสิ่งที่ถูกวิจารณ์ซ้ำๆ จากหลายบุคคลสิ่งนั้น คือสิ่งที่ควรได้รับการแก้ไข แต่ในขณะเดียวกันปรัชญาบุญแจ้ถั่วดอกคือ บุญแจ้ถั่วดอกที่ 9 บุญแจ้ถั่วดอก แห่งการให้เชื่อว่าการจัดการส่วนดีและส่วนเสียได้นั้นต้องรู้จักการยอมรับทั้งผิดและความชอบซึ่งความผิด ก็คือส่วนที่เสีย ความชอบคือส่วนที่ดี ผลลัพธ์ที่ได้คือ ทำให้รู้จักการแยกแยะ

บทสรุป

การพัฒนาตนตามแนวคิดปรัชญาญญแจแก้ดอก เป็นแนวคิดทางปรัชญาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาพฤติกรรมภายในของมนุษย์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมภายนอก ซึ่งเกี่ยวข้องกับความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับสังคม สิ่งแวดล้อมรอบข้าง เพื่อความสงบสุขในชีวิต และประสิทธิผลในการทำงาน เพราะมนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นไม่ว่าจะเป็น การเข้าสังคม การทำงานร่วมกับผู้อื่น และการแสดงความคิดเห็น การนำปรัชญาญญแจแก้ดอกมาบูรณาการร่วมกันกับแนวคิดของ บอยเดล เป็นการเพิ่มประสิทธิผลในการพัฒนาตนและการได้รับการยอมรับจากผู้อื่น กล่าวคือ แนวคิดปรัชญาญญแจแก้ดอกเป็นปรัชญาที่เน้นการรับรู้คุณค่าในตนเอง โดยองค์รวม ยอมรับจุดเด่น และจุดด้อยในตนเอง ซึ่งส่งผลต่อความกระตือรือร้นในชีวิต รวมไปถึงสามารถรับมือกับอารมณ์และสถานการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นมา เพราะการพัฒนาโดยขาดการยอมรับและเห็นคุณค่าในตนเองจะส่งผลให้บุคคลเกิดปัญหาในเรื่องของเขาวงกตทางสังคม ซึ่งการพัฒนาตนตามแนวทางของปรัชญาญญแจแก้ดอกประกอบไปด้วย 1) การรู้ทันความคิดตนเอง 2) การรู้จักวิเคราะห์ตนเอง ทั้งในเรื่องความคิด การกระทำ รวมไปถึงเหตุการณ์ที่กระทำลงไปส่งผลอย่างไรต่อความคิดขณะนั้น 3) การไตร่ตรองในสิ่งที่บุคคลกระทำทั้งกาย วาจา และใจ หรือ กระบวนการทางความคิด 4) สร้างความกล้าจากภายในจิตใจตน 5) กล้าเผชิญกับปัญหา 6) รู้จักการคิดบวกและให้อภัย 7) เตรียมพร้อมรับปัญหาในทุกรูปแบบที่ผ่านเข้ามา 8) ยอมรับความคิดเห็นที่แตกต่าง 9) รู้จักการบริหารจัดการส่วนที่ดีเพื่อพัฒนาเป็นทักษะของตน และส่วนที่เป็นจุดอ่อนเพื่อปรับปรุงและพัฒนา

บรรณานุกรม

- เซน นคร. (2563). รูปแบบการพัฒนาตนสู่ความสำเร็จตามหลักพุทธจิตวิทยาของพระพรหมบัณฑิต (ประยูร ธมฺมจิตฺโต). วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ, 5(1). 73-84.
- พระครูใบฎีกาบุญเพ็ง สุตธมฺโม (จำปาสุข), พระมหาสากล สุภรเมธี. (2561). ศึกษาหลักสัปปุริสธรรม 7 เพื่อพัฒนาพฤติกรรมมนุษย์ในสังคมตามหลักพุทธปรัชญาเถรวาท. วารสารวิชาการวิทยาลัยบริหารศาสตร์, 1(2). 43-52.
- อจธรา ประเสริฐสิน. (2556). การพัฒนาตนเอง สำคัญอย่างไรในชีวิตและการทำงาน. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 5(10). 73-84.
- สถาบันพลังจิต ธรรมะ จักรวาล. (2558). หนังสือรวบรวมการอบรมรุ่น. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์สถาบันพลังจิต ธรรมะ จักรวาล.

Boydell, T. (1985). **Management self-development: A guide for managers**. Geneva:
International Labour Office.