



วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2564
Volume 9 Number 1 January - April 2021

วิเคราะห์เศรษฐกิจศาสตร์การเมืองของไทย
นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ และธีรพงศ์ ไชยมังคละ

สิ่งที่ผู้บริโภคสูงอายุให้คุณค่าในผลิตภัณฑ์อาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุ
โลภณ แยมกลิ่น

นวัตกรรมการสรรหาคนที่ “ใช่”: กระแสโลกและความท้าทายของราชการไทย
สุชาณุช พันธ์นียะ และพฤต ยวนแหล

อนาคตแรงงานไทยภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง
ทิวา ดอนลาว สมพร เพื่องจันทร์ เพ็ญศรี ฉิรินัง และวิวัฒน์ กรมดิษฐ์

การสร้างความแข็งแกร่งท่องเที่ยวชุมชนด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม
ศุภิมน มังคลรังษี อรุณ รักธรรม เพ็ญศรี ฉิรินัง และสมพร เพื่องจันทร์

แนวทางการปฏิบัติงานร่วมกันของสถานีตำรวจนครบาลประจักษ์และหน่วยกู้ภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน
ทศพล อัครพงษ์ไพบูลย์ ธันวพร อัครพงษ์ไพบูลย์ พรชัย ชันทะวงศ์ สุพัตรา ยอดสุรางค์ และรัฐจักรพล สามทองคำ

รูปแบบการพัฒนาศูนย์กลางของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0
สุริวิทย์ เงินพลทรัพย์ และรัชยา ภักดีจิตร

Influence Factors on Management of Reserving Intangible Cultural Heritage of Music
in Taiyuan Drums Program, China
Yuanyuan Han and Eksiri Niyomsilp

Chinese Online Big Movie Effect on Viewing Behavior among Generation Z Audiences:
A Moderated Mediation Model
Wu Xiaoyu and Eksiri Niyomsilp

The Influence of Audience's Behavior Intention on the Box Office of
China's New Mainstream Films
Qi Wu and Eksiri Niyomsilp

ISSN 2229-1598

E-ISSN 2697-4460

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ

JOURNAL OF ADMINISTRATIVE AND MANAGEMENT INNOVATION

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2564

Vol. 9 No. 1 January - April 2021

เจ้าของ

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

บรรณาธิการ

ดร.วิทยา เจียรพันธุ์ (ศูนย์วุฒิอาชีวศึกษาคณาจารย์
จังหวัดนนทบุรี (ศว.นบ.))

ที่ปรึกษา

ผศ.ศิวัช วสุนธราภิวัฒก์
ศ.ดร.อรุณ รักธรรม
รศ.ดร.อุดมวิทย์ ไชยสกุลเกียรติ
ดร.สำเนียง อนุพันธ์กุล
อาจารย์พี ม่วงนันท
รศ.ดร.สมพร เพื่องจันทร์
รศ.ดร.ยุทธ ไกยวรรณ
ผศ.ดร.พนาสณฑ์ เกาะสุวรรณ
ผศ.ดร.กุสุมา ผลาพรหม
ผศ.ดร.เพชรรัตน์ ไสยสมบัติ
ดร.อริช สิริวิศรา

รองบรรณาธิการ

ผศ.ดร.ชงโค แซ่ตั้ง (มทร.ตะวันออก)
ผศ.ดร.วีระพล แจ่มสวัสดิ์ (มทร.ตะวันออก)

กองบรรณาธิการ

รศ.ดร.นิยม รัฐอมฤต (ม.ธรรมศาสตร์)
รศ.ดร.จุมพล หินพานิช (ม.รังสิต)
รศ.ดร.ดำรงศักดิ์ จันทิพย์ (ม.รามคำแหง)
รศ.ดร.ดวงตา สราญรัมย์ (ม.ราชพฤกษ์)
รศ.ดร.ศิริรัตน์ ชุณหคล้าย (ม.มหิดล)
รศ.ดร.เพ็ญศรี ฉิรินัง (มทร.รัตนโกสินทร์)
ผศ.ดร.พันธ์ศักดิ์ พลสารมย์ (จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย)
ผศ.ดร.สมคิด ดวงจักร (มรภ.บ้านจอมบึง)
ผศ.ดร.ชุมภูณช หนุนาค (มทร.รัตนโกสินทร์)
ดร.รักเกียรติ หงส์ทอง (มรภ.เพชรบุรี)
ดร.ศิริวัฒน์ เปลี่ยนบางยาง (มทร.รัตนโกสินทร์)
ดร.สุภาพร เฟ่งพิศ (มทร.รัตนโกสินทร์)

ข้อมูลติดต่อ

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
96 หมู่ 3 ถ.พุทธมณฑลสาย 5 ต.ศาลายา
อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม 73170
โทรศัพท์/โทรสาร 02-441-6067

ข้อความและบทความในวารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ เป็นแนวคิดของผู้เขียน ไม่ใช่ความคิดเห็นและความรับผิดชอบของคณะผู้จัดทำ บรรณาธิการ กองบรรณาธิการ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ

JOURNAL OF ADMINISTRATIVE AND MANAGEMENT INNOVATION

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2564

Vol. 9 No. 1 January - April 2021

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณากลับกรองบทความ

ศาสตราจารย์ ดร.กฤษ เพิ่มทันจิตต์
ศาสตราจารย์ ดร.ธีรภัทร์ เสรีรังสรรค์
ศาสตราจารย์เกียรติคุณ ดร.พันธุ์ทิพย์ รามสูต
ศาสตราจารย์พิเศษ ดร.ยุวัฒน์ วุฒิเมธี
ศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ สุขสำราญ
ศาสตราจารย์ ดร.สุนทร บุญญาธิการ
ศาสตราจารย์ ดร.อรุณ รักธรรม
รองศาสตราจารย์ ดร.จุมพล หนิมพานิช
รองศาสตราจารย์ ดร.นิติชาญ ปลื้มอารมณ์
รองศาสตราจารย์ ดร.ปฐม มณีโรจน์
รองศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี นิรินัง
รองศาสตราจารย์ ดร.วนิดา สัจพันโรจน์
รองศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ รัฐฉัตรานนท์
รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ ศิริสรวิทย์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุจิตรา เหลืองอมรเลิศ
รองศาสตราจารย์ รอ.ทพญ.ดร.สุพัตรา วรรณสืบเชื้อ
รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันทะนี
รองศาสตราจารย์ ดร.อุดมวิทย์ ไชยสกุลเกียรติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษกรณ สุทัศน์ ณ อยุธยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กอบกุล จันทระโคติภา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญปัสสร จานทอง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชมภูณัฐ หนูนาค
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เชาวฤทธิ์ เขียวแสงรัตน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจักษ์ ปฏิทัศน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พันธ์ศักดิ์ พลสารมัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพชรรัตน์ ไสยสมบัติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชฎาพร บุญเรือง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุจิระ โรจนประภาณต์

ศาสตราจารย์ ดร.ติน ปรัชญพฤทธิ์
ศาสตราจารย์ ดร.บุญทัน ดอกไธสง
ศาสตราจารย์ ดร.พิชิต พิทักษ์เทพสมบัติ
ศาสตราจารย์ คลินิก นายแพทย์ วิรุณ บุญนุช
ศาสตราจารย์กิตติคุณ ดร.สุเทพ เขาวลิต
ศาสตราจารย์ ดร.อภิชัย พันธเสน
รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญาณน อินทวง
รองศาสตราจารย์ ดร.ชาตรี จันทระโคติภา
รองศาสตราจารย์ ดร.นิติพล ภูตะโชติ
รองศาสตราจารย์ ดร.ปธาน สุวรรณมงคล
รองศาสตราจารย์ ดร.ฤเดช เกิดวิชัย
รองศาสตราจารย์ ดร.วัชรินทร์ อินทรพรหม
รองศาสตราจารย์ ดร.วิพร เกตุแก้ว
รองศาสตราจารย์ ดร.สมพร เฟื่องจันทร์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุนิตดา เทศนิยม
รองศาสตราจารย์ ดร.สุติเทพ ศิริพิพัฒนกุล
รองศาสตราจารย์ ดร.อิสระ สุวรรณบล
รองศาสตราจารย์ ปภาวดี มนต์วิวัฒน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษฏา ตันเปาว์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.การุณนันทน์ รัตนเสนวงษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชงโค แซ่ตั้ง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยวัฒน์ ประสงค์สร้าง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิตินา ให้อย่าง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประยงค์ มีใจชื่อ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์ศักดิ์ ผกามาศ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์ สุศลสัมพันธ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภาวิน ชินะโชติ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชยา ภักดีจิตต์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พ.อ.ดร.วรสิทธิ์ เจริญพุด

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ

JOURNAL OF ADMINISTRATIVE AND MANAGEMENT INNOVATION

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2564

Vol. 9 No. 1 January - April 2021

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณากลั่นกรองบทความ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระพล แจ่มสวัสดิ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรายุทธ์ เศรษฐขจร
ดร.ศุภาวดี สังฆมาศ
ดร.ณัชพล นิลนพคุณ
ดร.ดวงใจ คงคาหลวง
ดร.นรินทร์ สมทอง
พล.ท.ดร.ประสานโชติ ยวนนุติ
ดร.พรสวรรค์ ไรจนพานิช
ดร.ไพศาล สุปัญญา
ดร.ภคมน โภคะธีรกุล
ดร.มานิต มณีธรรม
พ.ต.ท.ดร.รัฐวิทย์ หมั่นเจริญภานุ
ดร.วิทยา เจียรพันธุ์
ดร.สมเจตน์ พันธุ์โฆสิต
พล.ต.ท.ดร.สันฐาน ชยมนนท์
ดร.สุภาพร เฟ่งพิศ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริภัสสรค์ วงศ์ทองดี
พล.อ.ดร.เกษมชาติ นเรศเสนีย์
ดร.จรินทร์ จารุเสน
ดร.ดรุณี ปัญจรัตนกร
ดร.อัคร รัตนภานุเดช
ดร.นำพล ม่วงอวยพร
ดร.พรชัย สุริยะเวช
ดร.เพชรรัตน์ จินตน์พงศ์
ดร.ฟ้าใส สามารถ
ดร.รัชฎา จิวาลัย
ดร.ฤทธิชาติ อินโสม
ดร.ศิริวัฒน์ เปลี่ยนบางยาง
น.ต.ดร.สหัสชัย มหาวีระ
ดร.สุทธิพร ชินะผา
ดร.อริสรา ธานีรณานนท์
Dr.Danilda Hufana Duran

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ

JOURNAL OF ADMINISTRATIVE AND MANAGEMENT INNOVATION

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

วัตถุประสงค์เพื่อ

1. เป็นสื่อ รวบรวม เผยแพร่บทความทางวิชาการ หรือบทความวิจัย ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เกี่ยวกับการบริหาร และการจัดการ
2. เป็นการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพผลงานของงานวิจัยสู่ระดับมาตรฐานสากล
3. เป็นสื่อแลกเปลี่ยนความรู้ และแนวคิดระหว่างนักวิจัยทั้งในและต่างประเทศ
4. เป็นแหล่งค้นคว้าการเรียนรู้วิชาการ และเสริมสร้างให้เกิดงานวิจัยใหม่ๆ ด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย

กำหนดการเผยแพร่

ตีพิมพ์ 3 ฉบับต่อปี ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน) ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม) ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม) เผยแพร่ในเว็บไซต์ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ และระบบฐานข้อมูลวารสารอิเล็กทรอนิกส์กลางของประเทศไทย หรือ Thai Journals Online (ThaiJO)

การเผยแพร่

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ มอบให้ห้องสมุดหน่วยงานรัฐบาล สถาบันการศึกษา ในประเทศ และหน่วยงาน/บุคคลที่สนใจ

การบอกรับสมาชิก

ผู้สนใจสามารถบอกรับเป็นสมาชิกได้ที่ กองบรรณาธิการวารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ

ข้อมูลติดต่อ

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

96 หมู่ 3 ถ.พุทธมณฑลสาย 5 ต.ศาลายา อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม 73170

โทรศัพท์/โทรสาร 02-441-6067

- ❖ บทความทุกเรื่องได้รับการตรวจสอบความถูกต้องทางวิชาการโดยผู้ทรงคุณวุฒิ
- ❖ มีผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกประจำกองบรรณาธิการมากกว่าร้อยละ 50
- ❖ บทความจากนักวิชาการและนักวิจัยภายนอกลงตีพิมพ์ทุกฉบับมากกว่าร้อยละ 50
- ❖ กองบรรณาธิการไม่สงวนสิทธิ์การคัดลอก แต่ควรระบุแหล่งอ้างอิงจากวารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

บทบรรณาธิการ

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ ฉบับนี้เป็นปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม - เมษายน 2564 มีผลงานของนักวิชาการและนักวิจัยทางด้านสังคมศาสตร์ในสาขาต่างๆ ส่งมาลงตีพิมพ์เผยแพร่สู่สาธารณะอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้อ่านนำไปประยุกต์ ต่อยอด ขยายผล และสร้างองค์ความรู้ใหม่ให้กับสังคมและประเทศชาติต่อไป ในท่ามกลางปัญหาวิกฤตจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ลุกลามไปทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ตั้งแต่ช่วงปี 2563 จวบจนกระทั่งปัจจุบัน ยังไม่คลี่คลาย และอาจมีแนวโน้มที่จะเพิ่มความรุนแรงมากยิ่งขึ้น แต่กองบรรณาธิการก็ยังคงมีความมุ่งมั่นทุ่มเทสรรพกำลังในการพัฒนาคุณภาพของเนื้อหาภายในเล่มเพื่อเป็นการตอบโจทยความต้องการของผู้อ่านอย่างต่อเนื่องตลอดมา

บทความฉบับนี้ได้รับเกียรติจากนักวิชาการ นักวิจัย และนิสิตนักศึกษาจากสถาบันการศึกษาต่างๆ ส่งผลงานทางวิชาการที่ได้ผ่านการพิจารณาถ้อยแถลงจากผู้ทรงคุณวุฒิประจำกองบรรณาธิการวารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ ให้นำลงตีพิมพ์เป็นจำนวน 10 บทความ ได้แก่ เรื่องวิเคราะห์เศรษฐกิจการเมืองของไทย โดยณฤมณ อนุสนธิ์พัฒน์ และธีรพงศ์ ไชยมังคละ เรื่องสิ่งที่ผู้บริโภคสูงอายุให้คุณค่าในผลิตภัณฑ์อาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุ โดยโสภณ แยมกลิ่น เรื่องนวัตกรรมการสรรหาคนที่ “ใช่”: กระแสโลกและความท้าทายของราชการไทย โดยสุชาณุ พันธ์นิยะ และพฤษม ยวนแหล เรื่องอนาคตแรงงานไทยภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง โดยทิวา ดอนลาว สมพร เพ็ญจันทร์ เพ็ญศรี ฉิรินัง และวิวัฒน์ กรมดิษฐ์ เรื่องการสร้างความแข็งแกร่งท่องเที่ยวชุมชนด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยศุภจิน มังคลรังษี อรุณ รักธรรม เพ็ญศรี ฉิรินัง และสมพร เพ็ญจันทร์ เรื่องแนวทางการปฏิบัติงานร่วมกันของสถานีตำรวจนครบาลประชาชื่นและหน่วยกู้ภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน โดยทศพล อัครพงษ์ไพบูลย์ ธันวาท อัครพงษ์ไพบูลย์ พรชัย ชันทะวงศ์ สุพัตรา ยอดสุรางค์ และรัฐจักรพล สามทองคำ เรื่องรูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 โดยสุริวัลย์ เงินพูลทรัพย์ และรัชยา ภักดีจิตร เรื่อง Influence Factors on Management of Reserving Intangible Cultural Heritage of Music in Taiyuan Drums Program, China โดย Yuanyuan Han และ Eksiri Niyomsilp เรื่อง Chinese Online Big Movie Effect on Viewing Behavior among Generation Z Audiences: A Moderated Mediation Model โดย Wu Xiaoyu และ Eksiri Niyomsilp และเรื่อง The Influence of Audience's Behavior Intention on the Box Office of China's New Mainstream Films โดย Qi Wu และ Eksiri Niyomsilp

บรรณาธิการหวังว่าบทความต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้นจะเป็นประโยชน์ทางการบริหารและการจัดการต่อท่านผู้อ่านตามเจตนารมณ์ของวารสารนี้ตามสมควร



ดร.วิทยา เจียรพันธุ์

บรรณาธิการวารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

สารบัญ

หน้า

วิเคราะห์เศรษฐศาสตร์การเมืองของไทย	1
นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ และธีรพงศ์ ไชยมังคละ	
สิ่งที่ผู้บริโภคสูงอายุให้คุณค่าในผลิตภัณฑ์อาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุ	11
โสภณ แยมกลิ่น	
นวัตกรรมการสรรหาคนที่ “ใช่”: กระแสโลกและความท้าทายของราชการไทย	22
สุชานุช พันธนียะ และพฤต ยวนแหล	
อนาคตแรงงานไทยภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง	35
ทิวา ดอนลาว สมพร เพ็ญจันทร์ เพ็ญศรี ฉิรินัง และวิวัฒน์ กรมดิษฐ์	
การสร้างความแข็งแกร่งท่องเที่ยวชุมชนด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม	45
ศุจิน มังคลรังษี อรุณ รักธรรม เพ็ญศรี ฉิรินัง และสมพร เพ็ญจันทร์	
แนวทางการปฏิบัติงานร่วมกันของสถานีตำรวจนครบาลประจักษ์และหน่วยกู้ภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน	56
ทศพล อัครพงษ์ไพบูลย์ ธันวาท อัครพงษ์ไพบูลย์ พรชัย ชันทะวงศ์ สุพัตรา ยอดสุรางค์ และรัฐจักรพล สามทองคำ	
รูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0	68
สุวิทย์ เงินพูลทรัพย์ และรัชยา ภักดีจิตร	
Influence Factors on Management of Reserving Intangible Cultural Heritage of Music in Taiyuan Drums Program, China	79
Yuanyuan Han and Eksiri Niyomsilp	
Chinese Online Big Movie Effect on Viewing Behavior among Generation Z Audiences: A Moderated Mediation Model	88
Wu Xiaoyu and Eksiri Niyomsilp	
The Influence of Audience's Behavior Intention on the Box Office of China's New Mainstream Films	97
Qi Wu and Eksiri Niyomsilp	

วิเคราะห์เศรษฐศาสตร์การเมืองของไทย

An Analysis into the Political Economy of Thailand

นฤมล อนุสนธิพัฒน์¹ และธีรพงศ์ ไชยมังคละ²

Nalaumon Anusonphat¹ and Teerapong Chaimungkla²

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรการพัฒนารัฐบาลและสังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

² อาจารย์ประจำหลักสูตรการบริหารและการพัฒนารัฐบาล คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

E-mail: analaumon@aru.ac.th, teerapong.c@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอการวิเคราะห์แนวคิดเศรษฐศาสตร์ทางการเมืองของไทย ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ สังเคราะห์เอกสารทุติยภูมิ มุ่งวิเคราะห์เศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงบูรณาการภายใต้แนวคิดทางสังคมวิทยาที่มีความสัมพันธ์กันใน 8 ด้าน คือ 1) เศรษฐศาสตร์การเมืองจากอดีตสู่อนาคต 2) ตัวแบบเศรษฐศาสตร์การเมืองของการนำนโยบายไปปฏิบัติ 3) เศรษฐศาสตร์การเมืองในบริบทสังคมไทยภายใต้สภาวะความขัดแย้ง 4) บทบาทของเศรษฐศาสตร์การเมืองในศาสตร์ของการศึกษาด้านอื่นๆ 5) เศรษฐศาสตร์การเมือง: การพัฒนานโยบายสาธารณะเชิงบูรณาการ 6) เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยการผลิตภาคการเกษตร 7) เศรษฐศาสตร์การเมืองของระบบสวัสดิการ และ 8) เศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงพุทธ ซึ่งหลักที่สำคัญในการวิเคราะห์เศรษฐศาสตร์การเมืองแนวทฤษฎี และมิติที่พลต่อการศึกษาศาสตร์นี้ คือ 1) แนวความคิดเกี่ยวกับการแบ่งงานกันทำเพื่อให้เกิดทักษะและประสิทธิภาพการผลิต 2) แนวความคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบเพื่อยกย่องให้ผู้ผลิตได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ จะช่วยลดต้นทุนในการผลิตให้ต่ำ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ดีขึ้น ซึ่งเศรษฐศาสตร์การเมืองของประเทศไทยจะก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลางด้วยการยกระดับเทคโนโลยีให้มีความสำคัญกับวัฒนธรรม และพัฒนาเครือข่าย

คำสำคัญ: การวิเคราะห์เศรษฐศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ทางการเมือง เศรษฐศาสตร์ทางการเมืองของไทย

Abstract

This article aimed at presenting the analysing into the concept of the political economy in Thailand. The qualitative research was used to synthesize the secondary documents. The focus was on the analysis of integrated political economy through sociological concepts in 8 aspects including 1) the political economy in Thailand from past to future, 2) the implementation of political economy policy, 3) the political economy in Thailand under conflicting situations, 4) roles of the political economy in other subs-fields, 5) the development of integrated public policy through political economy, 6) the political economy on the agricultural produce, 7) the political economy of the welfare system, and 8) the Buddhist political economy. The analysis into the capitalist political economy is based on the concept related to the division of labor, the skill and production efficiency, 2) the concept related to the comparative advantages thus helping reduce the production cost and being able to compete in the market. If the political economy of Thailand is to overcome the trap and go beyond the level of moderate income, the technology must be upgraded, the culture must be a focal point, and the network must be developed.

Keywords: Analysis into the economics, Political economy, Political economy of Thailand

บทนำ

การสร้างความมั่นคงให้กับประเทศชาติและประชาชนนั้นอยู่ที่การผลิตและประสิทธิภาพในการผลิต ซึ่งขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละประเทศในการใช้และพัฒนาแรงจูงใจ เพื่อให้งานทำให้เกิดผลิตผลมากขึ้น รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีและทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ เพื่อการแข่งขันกันในตลาดการค้าเสรีทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ หลักที่สำคัญในการวิเคราะห์เศรษฐศาสตร์การเมืองแนวนโยบาย และมีอิทธิพลต่อการศึกษาเศรษฐศาสตร์ คือ 1) แนวความคิดเกี่ยวกับการแบ่งงานกันทำเพื่อให้เกิดทักษะและประสิทธิภาพการผลิต 2) แนวความคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบเพื่อนำให้ผู้ผลิตได้เปรียบการได้เปรียบของผู้ผลิตเชิงเปรียบเทียบ จะช่วยลดต้นทุนในการผลิตให้ต่ำ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ดีขึ้น ความคิดดังกล่าวได้พัฒนามาเป็นทฤษฎีว่าด้วย การขยายตัวทางการตลาด การสะสมทุน และการค้าเสรีระหว่างประเทศในเวลาต่อมา (ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร, 2557, หน้า 229-230)

นักเศรษฐศาสตร์ถูกสอนว่าไม่ควรจะยุ่งกับนักการเมือง การตัดสินใจเป็นเรื่องของนักการเมืองที่จะต้องทำหน้าที่ในฐานะผู้ที่ได้รับมอบอำนาจจากประชาชนให้มีหน้าที่ในการตัดสินใจ โดยที่นักเศรษฐศาสตร์มีสถานภาพเป็นผู้เชี่ยวชาญที่ไม่ได้รับอำนาจหน้าที่ให้ทำเช่นนั้น ส่วนการตัดสินใจของนักการเมืองนั้นมีความหมายต่อไปอีกว่า การตัดสินใจดังกล่าวก็ควรจะเป็นไปเพื่อผลประโยชน์ของประชาชนส่วนใหญ่ เพราะในที่สุดนักการเมืองได้รับการเลือกมาจากประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศ นักการเมืองจึงจะต้องนึกถึงผลประโยชน์ของประชาชนส่วนใหญ่ เพื่อใช้ประกอบในการตัดสินใจ ซึ่งถ้าหากเป็นเช่นนั้นนักเศรษฐศาสตร์ก็ไม่จำเป็นที่จะต้องห่วงใยการทำหน้าที่ของนักการเมือง เพราะการคำนึงถึงผลประโยชน์ของประชาชนส่วนใหญ่อยู่แล้ว ถึงแม้จะใช้คำที่ต่างกันของนักเศรษฐศาสตร์ที่เรียกว่าสวัสดิการของสังคมสูงที่สุดนั้น ก็น่าจะมีความหมายใกล้เคียงกับคำว่าผลประโยชน์สูงสุดของประชาชนเป็นส่วนใหญ่ ทั้งหมดนี้เป็นความจริงเมื่อวิเคราะห์จากหลักการระบอบที่เกิดขึ้น แต่ทุกอย่างในโลกนี้ไม่ได้เป็นไปตามตรรกะโดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องที่เกี่ยวข้องกับจิตและพฤติกรรมของมนุษย์ ปัญหาจริง ๆ มิใช่เกิดจากการที่มนุษย์ไม่มีตรรกะหรือวิถีคิดที่เป็นระบบ แต่ในความเป็นจริงมีปัจจัยมากมายที่เกี่ยวข้อง ที่เราไม่อาจเข้าใจหรือทราบได้ทั้งหมด นอกจากนั้นความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ก็อาจจะไม่เป็นไปตามตรรกะตามที่มนุษย์คิด และที่สำคัญที่สุดซึ่งอาจจะไม่เป็นประเด็นท้ายที่สุดก็คือ ความจำกัดในความเข้าใจหรือสมองของมนุษย์แต่ละคนมีความแตกต่างกันและไม่สามารถสร้างแบบจำลองที่เป็นต้นแบบ มาอธิบายการตัดสินใจของมนุษย์ได้อย่างดีที่สุด ก็อาจจะนำเอาปัจจัยที่สำคัญบางตัวมาประกอบการพิจารณา เป็นต้นว่าผลประโยชน์ส่วนตัวและพวกพ้องของผู้ที่ตัดสินใจ ผลประโยชน์เฉพาะหน้าเมื่อเปรียบเทียบกับผลประโยชน์ในระยะยาวของผู้ที่ตัดสินใจ หรือผลประโยชน์ทางการเมืองของผู้ที่ตัดสินใจเทียบกับผลประโยชน์อื่นๆ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้อาจจะปัจจัยที่สำคัญแต่ก็ยังไม่สามารถครอบคลุมปัจจัยทุกปัจจัยที่เข้ามาอยู่ในความคิดคำนึงของนักการเมืองที่นำมาใช้ในการตัดสินใจในเรื่องต่างๆ แต่ละเรื่อง (อภิชัย พันธเสน, 2560, หน้า 17)

เศรษฐศาสตร์การเมืองของประเทศไทยจะก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลางด้วยการยกระดับเทคโนโลยี เพราะมีความเชื่อว่า ถ้าเทคโนโลยีดีขึ้น ผลิตภาพการผลิตจะสูงขึ้น รายได้ก็จะสูงขึ้น และความเป็นอยู่ก็จะดีขึ้นตามมา นี่คือการสัมพันธ์เชิงเหตุและผลที่เสถียรมากในทางเศรษฐศาสตร์ ภาครัฐจึงพยายามสนับสนุนการลงทุนทางเทคโนโลยีมาโดยตลอด ทั้งอุดหนุนการลงทุนและออกนโยบายสร้างแรงจูงใจให้ต่างชาติมาลงทุน การดำเนินนโยบายเช่นนี้ประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง แต่เมื่อเศรษฐกิจเริ่มไม่เติบโตเหมือนที่คาดไว้ นักเศรษฐศาสตร์และผู้กำหนดนโยบายจำนวนหนึ่งก็ยังคงเชื่อแบบเดิมว่า การลงทุนทางด้านเทคโนโลยีเป็นแนวทางที่ถูกต้อง เพียงแต่เศรษฐกิจยังไม่เติบโตเท่าที่ควร เนื่องจากยังลงทุนด้านเทคโนโลยีไม่มากพอ จึงต้องหาทางส่งเสริมการลงทุนเพิ่มขึ้นอีก แบบนี้ไปเรื่อยๆ แต่สิ่งที่เศรษฐศาสตร์การเมืองจะบอกก็คือ ต้องถอยกลับมาตั้งคำถามก่อนว่า ถ้าประเทศไทยยังก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลางไม่ได้ทั้งที่พยายามลงทุนทางเทคโนโลยีมามากและนานพอสมควรแล้ว มันเป็นเพราะอะไรกันแน่ เราจะเป็นประเทศที่มีรายได้ขั้นสูงได้จริงหรือไม่ ภายใต้สังคมแบบที่เอื้อพวกพ้อง การเคารพกฎหมายแบบไทยๆ หรือการเมืองที่ตรวจสอบได้ยาก ปัญหาที่แท้จริงอาจไม่ได้อยู่ที่มูลค่าการลงทุนทางเทคโนโลยี แต่อยู่ที่การปรับรูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับบริบทแบบไทยๆ และสอดคล้องกับจิตของสังคมไทยเพื่อการเติบโตต่างหากที่สำคัญ พูดย่ออีกแบบ คือ เศรษฐศาสตร์การเมืองจะตั้งคำถามว่า ภายใต้บริบททางสังคม การเมือง และวัฒนธรรมแบบที่เป็นอยู่ ประเทศไทยจะสามารถเป็นประเทศที่มี

รายได้ชั้นสูงได้โดยวิธีใด นักเศรษฐศาสตร์กระแสหลักจะนำเสนอ First Best Policy แต่นักเศรษฐศาสตร์การเมืองต้องมอง Second Best Policy ให้ออก (สมคิด พุทธิศรี และ กาวรรณ ธนาคะสมบุรณ์, 2562)

แนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองมีส่วนช่วยให้สังคมไทยตระหนักว่าการเอารัดเอาเปรียบ และความแตกต่างอย่างมากในรายได้และทรัพย์สินในประเทศไทย และประเทศไทยทั้งประเทศที่ถูกเอาเปรียบโดยประเทศมหาอำนาจ สำนักคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองมีส่วนช่วยให้ผู้คนมองปรากฏการณ์ในสังคมเป็นระบบ เป็นโครงสร้าง ทั้งทรัพยากร เทคโนโลยี และระบบเศรษฐกิจ โครงสร้างทางสังคม คือ ชนชั้น และความสัมพันธ์ระหว่างชนชั้น รัฐและวัฒนธรรม ประกอบรวมกันเป็นระบบสังคมเศรษฐกิจ ไม่แยกเรื่องเศรษฐกิจออกจากสังคม การเมือง และวัฒนธรรม และศึกษาอย่างเป็นประวัติศาสตร์ สังคมเศรษฐกิจที่เป็นมา ที่จะเป็นไปและควรจะเป็นไปอีกประการหนึ่ง ให้ความสำคัญกับผู้คนธรรมดา มีจินตนาการถึงและเชื่อมั่นว่าจะมีสังคมไทยอนาคตที่ผู้คนทุกๆ ไปจะมีชีวิตที่ดีสมบุรณ์ได้แนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองเป็นกระแสความคิดที่มีอิทธิพลและเป็นส่วนหนึ่งของอุดมการณ์ของขบวนการทางสังคมในประเทศไทย โดยเฉพาะขบวนการภาคประชาชน องค์กรพัฒนาเอกชน และองค์กรในท้องถิ่นและภูมิภาค (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2556, หน้า 18)

ปัจจุบันมีความเหลื่อมล้ำและไม่เป็นธรรมทางสังคม ภายใต้เงื่อนไขทางเศรษฐกิจและการเมือง ในยุคปัจจุบันอาจมีคนกลุ่มหนึ่งที่ไม่จำเป็นต้องใช้ชีวิตตามเงื่อนไขข้างต้นนี้ และจะยังมี “ชีวิตที่ดี” และคงสถานภาพทางสังคมที่เป็นอมตะอยู่เสมอ ความเหลื่อมล้ำและความไม่เป็นธรรมทางสังคมนั้นมีอยู่จริง และมีรากฐานฝังลึกมาจากระบบเศรษฐกิจและการเมืองในไทย อาจจำเป็นต้องสร้างความเสมอภาคและการเห็นค่าความเป็นมนุษย์ที่เท่ากัน คือ ให้ความสำคัญพื้นฐานที่จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในสังคม เมื่อเงื่อนไขทางเศรษฐกิจและการเมืองมีผลกับความสัมพันธ์ของคนในสังคม การเติบโตของทุนนิยมเสรีสมัยใหม่ การเติบโตของทุนนิยมเสรีกำลังครอบงำ การจ้างแรงงานด้วยค่าแรงขั้นต่ำ เกิดกลุ่มแรงงานข้ามชาติ และผู้ใช้แรงงานที่ไม่ได้รับการคุ้มครอง เห็นได้ชัดว่า “การควบคุม” ในสังคมประชาธิปไตยแบบเสรีนิยมใหม่นี้ปล้นชิงความเป็นมนุษย์ไป ทำให้มนุษย์มีชีวิตเพียงมิติเดียว และผลิตซ้ำว่าทหกรรมความเหลื่อมล้ำอย่างไม่มีที่สิ้นสุด เกิดภาวะถูกแยกขาดจากสังคม การขูดรีดต่อชีวิต สภาพสังคมที่อันตรายเช่นนี้ยังส่งผลให้คนรุ่นใหม่มีอารมณ์ที่รุนแรงมากต่อความล้มเหลว อาจไม่ได้คิดว่าต้องสำเร็จตลอดเวลา แต่มีการตระหนักถึงโลกแห่งความเป็นจริงมากขึ้นว่าเขาจะต้องล้มเหลวด้วย (ชัยธรรมย์ ธรรมบุษดี, 2562)

เศรษฐศาสตร์การเมือง คือ หนึ่งในสาขาวิชาที่มีบทบาทในการนำเสนอประเด็นปัญหาของชนชั้นแรงงานมาอย่างยาวนาน โดยจะสังเกตได้ว่าองค์ความรู้ที่นำมาสอนในหลักสูตรเศรษฐศาสตร์การเมืองของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ นั้นไม่ได้มุ่งผลิตเนื้อหาเพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจตามแนวคิดอรรถประโยชน์นิยม องค์ความรู้ทางเศรษฐศาสตร์การเมืองนำเสนอปัญหาของระบบทุนนิยมในปัจจุบันอย่างตรงไปตรงมาเพื่อตั้งคำถามต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและการพัฒนาอุตสาหกรรมของรัฐ โดยเน้นการสร้างข้อถกเถียงสำคัญ เช่น ข้อถกเถียงเกี่ยวกับปัญหาของการกระจายรายได้ข้อถกเถียงถึงแนวทางในการหาทางออกจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในระบบทุนนิยม ข้อถกเถียงเกี่ยวกับประเด็นความเหลื่อมล้ำและปัญหาความยากจน ตลอดจนข้อถกเถียงเกี่ยวกับแนวทางในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์การเมือง เช่น ทฤษฎีมาร์กซิสม์ ทฤษฎีนีโอมาร์กซิสม์ ทฤษฎีของเคนส์ ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์สถาบัน รวมถึงการศึกษาประวัติศาสตร์เศรษฐกิจ จึงมีคุณูปการในการนำมาอธิบายปรากฏการณ์ทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและวัฒนธรรมภายใต้บริบทโลกสมัยใหม่ที่ซับซ้อนและกำลังเปลี่ยนไป ขณะที่เครื่องมือในการวิเคราะห์แบบเศรษฐศาสตร์การเมืองประกอบไปด้วย 4 มิติ ได้แก่ มิติของการวิเคราะห์แบบองค์รวม มิติในเชิงประวัติศาสตร์ มิติในเชิงความขัดแย้ง และมิติด้านการวิพากษ์ ซึ่งเครื่องมือเหล่านี้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อสร้างกระบวนการวิเคราะห์ที่ครอบคลุมและรอบด้านเพื่ออธิบายรากฐานของปัญหาและวิกฤตการณ์ วิธีวิเคราะห์ดังกล่าวนอกจากจะถูกสร้างขึ้นเพื่อวิพากษ์กระบวนการทุนหลักแล้ว ยังเป็นกลไกการป้องกันการแผ่ขยายความเป็นจักรวรรดินิยมทางความคิดโดยศาสตร์แขนงอื่นที่มักจะเข้ามาครอบงำและยึดครองพื้นที่และวิธีการอธิบายโลกที่เน้นรูปแบบเดียว กระทั่งผลิตซ้ำความคิดเกี่ยวกับหลักของประสิทธิภาพที่ล้อย่อยอยู่บนฐานคิดทางทฤษฎี แต่ไม่ได้มองมาที่ข้อเท็จจริงนั้นคือสภาพปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกระบวนการพัฒนาที่นำมาสู่ความไม่เท่าเทียมในสังคม การผลิตชุดคุณค่าที่ขัดแย้งกับสภาพความเป็นจริง ดังนั้นวิธีวิทยาที่มุ่งนำเสนอปัญหาของตัวระบบทำให้เศรษฐศาสตร์การเมืองเป็นศาสตร์กระแสรอง ที่มุ่งวิพากษ์ศาสตร์กระแสหลัก เพื่อเรียกร้องให้เกิดการตั้งคำถามต่อความเชื่อที่ยึดครองพื้นที่ทางความคิดและพื้นที่ทางสังคมมาอย่างยาวนาน รวมถึงมีเป้าหมาย คือ การผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อออกแบบ

ระบบเศรษฐกิจที่เป็นธรรม ได้ดูสภาพและครอบคลุมมิติอื่นๆ มากขึ้น เศรษฐศาสตร์การเมืองชี้ให้เห็นว่าการวิเคราะห์แบบองค์รวมและการศึกษาในทุกมิติมีส่วนช่วยในการสร้างความเข้าใจและนำไปสู่การพัฒนากระบวนการคิดเชิงวิพากษ์อย่างมีประสิทธิภาพอันเป็นรากฐานสำคัญของการเรียนเศรษฐศาสตร์การเมืองเพื่อเข้าใจโลกและเพื่อเปลี่ยนแปลงโลก (นุชประภา โมกข์ศาสตร์, 2561, หน้า 204-205)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้เขียนสนใจวิเคราะห์เศรษฐศาสตร์การเมืองของไทย โดยวิเคราะห์ถึงกระบวนการ แนวคิด ทฤษฎี เจื้อนไขในหลากหลายมิติ รูปแบบ ปัจจัย ผลกระทบทั้งในด้านของสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม และอาจรวมไปถึงระบบความคิดความเชื่อของคนในสังคมด้วย ภายใต้กรอบคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองและแนวการวิเคราะห์ภายใต้แนวคิดทางสังคมวิทยา ซึ่งบทความนี้จำแนกการนำเสนอออกเป็น 8 ส่วน ได้แก่ 1) เศรษฐศาสตร์การเมืองจากอดีตสู่อนาคต 2) ตัวแบบเศรษฐศาสตร์การเมืองของการนำนโยบายไปปฏิบัติ 3) เศรษฐศาสตร์การเมืองในบริบทสังคมไทยภายใต้สภาวะความขัดแย้ง 4) บทบาทของเศรษฐศาสตร์การเมืองในศาสตร์ของการศึกษาด้านอื่นๆ 5) เศรษฐศาสตร์การเมือง : การพัฒนานโยบายสาธารณะเชิงบูรณาการ 6) เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยการผลิตภาคการเกษตร 7) เศรษฐศาสตร์การเมืองของระบบสวัสดิการ และ 8) เศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงพุทธ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อวิเคราะห์แนวคิดเศรษฐศาสตร์ทางการเมืองของไทยและแนวโน้มของศาสตร์ด้านเศรษฐศาสตร์การเมืองในอนาคต

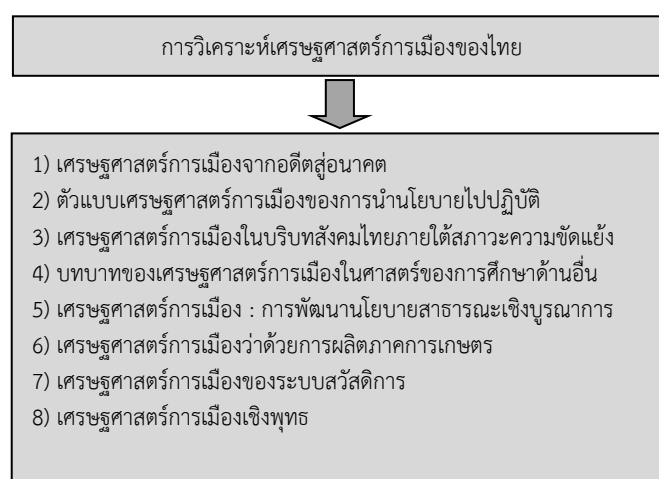
ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาใช้วิธีการศึกษาเอกสาร (Documentary Research) โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ตำรา วารสาร ฐานข้อมูลออนไลน์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐศาสตร์การเมืองของไทย

ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

1. ได้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์การเมืองของไทย
2. สามารถนำข้อมูลเกี่ยวกับการเศรษฐศาสตร์การเมืองของไทย ไปการวางแผนหรือกำหนดนโยบายหรือแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและการเมืองของไทย ตลอดจนพัฒนาศาสตร์ด้านเศรษฐศาสตร์การเมืองของประเทศไทย

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research)

สำหรับการกำหนดระเบียบวิธีวิจัยหรือวิธีวิทยา (Methodology) ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร โดยการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการ เจื้อนไขในหลากหลายมิติ รูปแบบ ปัจจัย ผลกระทบทั้งในด้านของสังคม เศรษฐกิจ การเมือง วัฒนธรรม และอาจรวมไปถึงระบบความคิดความเชื่อของคนในสังคม เกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์การเมืองของไทย
2. แนวความคิดของนักการศึกษา นักวิชาการ เจ้าของทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐศาสตร์การเมืองของไทย
3. แนวความคิดเกี่ยวกับความขัดแย้งทางการเมืองหรือแนวคิดการเมืองเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์การเมืองของไทย
4. แนวความคิดเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงพุทธ
5. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมืองของไทย
6. แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐศาสตร์การเมืองและวัฒนธรรมของไทย
7. เศรษฐศาสตร์การเมืองจากอดีตสู่อนาคต
8. ตัวแบบเศรษฐศาสตร์การเมืองของการนำนโยบายไปปฏิบัติ
9. เศรษฐศาสตร์การเมืองในบริบทสังคมไทยภายใต้สภาวะความขัดแย้ง
10. บทบาทของเศรษฐศาสตร์การเมืองในศาสตร์ของการศึกษาด้านอื่นๆ
11. เศรษฐศาสตร์การเมือง: การพัฒนานโยบายสาธารณะเชิงบูรณาการ
12. เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยการผลิตภาคการเกษตร
13. เศรษฐศาสตร์การเมืองของระบบสวัสดิการ
14. เศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงพุทธ

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์เศรษฐศาสตร์การเมืองของไทย มีดังนี้

1. เศรษฐศาสตร์การเมืองจากอดีตสู่อนาคต

แนวคิดและผลงานของสำนัก เศรษฐศาสตร์การเมืองในเมืองไทย ณ จุดนี้ไปสู่อนาคต เส้นทางของ แนวความคิดของสำนักนี้หรือวิชาที่น่าจะเกิดขึ้นและอาจช่วยผลักดันให้เกิดขึ้น มีอย่างน้อย 4 ประการ คือ

1.1 เน้นความสนใจวัฒนธรรมให้มากขึ้น เศรษฐศาสตร์การเมืองปัจจุบัน เน้นที่เศรษฐกิจ ชนชั้นและรัฐ ควรสนใจเรื่องวัฒนธรรม ซึ่งรวมทั้งความเชื่อ ศาสนาและศิลปะ บทบาทของวัฒนธรรมต่อระบบการเมืองและ เศรษฐกิจ ในโลกสมัยใหม่ เมื่อคนเราเจริญขึ้น พ้นจากเพียงเรื่องทำมาหากิน เราจะสนใจมากขึ้น เรื่องคุณค่า ความหมาย ศักดิ์ศรี และความเป็นมนุษย์ จากเศรษฐศาสตร์ซึ่งเป็นเรื่องวัตถุอย่างมากไปสู่เรื่องนามธรรม อีกทั้งวัฒนธรรม เป็นวงเขตที่ไม่ต้องใช้อำนาจ เป็นเรื่องการจงใจ สัมผัสใจ และประทับใจ วัฒนธรรมของเศรษฐศาสตร์การเมืองจะต่างจากการวัฒนธรรมแบบเดิม คือ วัฒนธรรมโดยสัมพันธ์กับการเมืองและการผลิต ไม่ใช่วัฒนธรรมที่เป็นแต่เรื่องสวยงาม แยกออกจากสังคม แต่ขณะเดียวกันวัฒนธรรมเน้นมีโลกอุดมคติเป็นศักยภาพ ซึ่งเป็นแรงผลักดันต่อผู้คน โดยเฉพาะเยาวชน สังคมมนุษย์ที่มีวัฒนธรรมต่างกัน เศรษฐศาสตร์การเมือง ควรเน้นความสำคัญของวัฒนธรรม ไม่ใช่มีกฎ เศรษฐศาสตร์เพียงอย่างเดียว เศรษฐศาสตร์การเมืองเพิ่มเติมจากเศรษฐศาสตร์กระแสหลักโดยให้ความสำคัญมากขึ้นกับเรื่องของอำนาจ ขณะเดียวกันก็ควรให้ความสำคัญกับระบบคุณค่าหรือวัฒนธรรมด้วย จึงจะเข้าใจสังคม เศรษฐกิจ แต่ละแห่งได้ดี ก็ควรจะเข้าใจสังคมนั้นในมิติวัฒนธรรมที่แตกต่าง

1.2 ให้ความสนใจโครงสร้างส่วนล่างสุดในการก่อรูปสังคมเศรษฐกิจ (Socioeconomic Formation) คือธรรมชาติแวดล้อม นิเวศวิทยา (Ecology) สภาพภูมิศาสตร์และทรัพยากร หลังยุคอุตสาหกรรมมนุษย์คิดแต่จะทำต่อธรรมชาติ แต่ธรรมชาติรวมถึงพืชและสัตว์ที่อยู่แวดล้อมก็เปลี่ยนแปลงไปมาก เกิดปัญหาโลกร้อน ป่าถูกทำลาย เรื่องนี้เศรษฐศาสตร์การเมือง

ต้องสนใจ มีพื้นที่ให้ธรรมชาติแวดล้อมทั้งที่เป็นวัตถุและชีวิต ถึงที่สุดแล้ว มนุษย์เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ แนวคิดสีเขียว (Green) น่าจะได้รับการพิจารณามากขึ้นในทางเศรษฐศาสตร์การเมือง สังคมเศรษฐกิจนอกจากจะถูกกำกับโดย วัฒนธรรมแล้วยังดำรงอยู่ในสภาพแวดล้อมหนึ่ง คือภูมิศาสตร์และทรัพยากร ด้วย วิชาเศรษฐศาสตร์การเมืองในเมืองไทยจะต้องคิดถึงสภาพแวดล้อม ธรรมชาติและภูมิศาสตร์ของไทย

1.3 ให้ความสนใจระบบแบบเครือข่าย (Network) สังคมสมัยใหม่หลังการปฏิวัติอุตสาหกรรมองค์กรจะมีแนวโน้มเป็นระบบราชการ (Bureaucracy) คือแบ่งงานกันทำอย่างเป็นระบบ แล้วประสานงานเหล่านั้นภายใต้ลำดับชั้นของสายการบังคับบัญชาส่วนกลาง การเมืองควรสนใจองค์กรแนวนอนให้มากขึ้น เช่น การจัดองค์กรตามแนวคิด อนาธิปไตยนิยม (Anarchism) ชุมชน สมาคม หัถกร สหกรณ์ ฯลฯ การบริหาร แบบเครือข่าย หรือที่ศาสตราจารย์นายแพทย์วิจารณ์ พานิช เรียกว่า “เคอร์ดิค” เน้นอุดมการณ์ ขวัญ และความมุ่งมั่นร่วมกัน แต่การจัดองค์กรแบบยืดหยุ่น กระจายอำนาจ ใช้ความสนใจของแต่ละบุคคลหรือแต่ละส่วนที่มาร่วมยังคงมีความเป็นอิสระ และบางกิจกรรมก็มีลักษณะเป็นการรวมการ จัดการเฉพาะกิจ เมืองงานลู่วง องค์กรกลางจะสลายตัวด้วยตัวเอง

1.4 มโนภาพ (Concept) บางมโนภาพของเศรษฐศาสตร์การเมือง อาจต้องปรับปรุง โดยมโนภาพรัฐ (State) มโนภาพชนชั้น (Class) แนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมือง ในอดีต มองการครอบงำและการขูดรีดเฉพาะทางชนชั้น เป็นการมองในแง่เศรษฐกิจมากเกินไป ครอบงำการกดขี่ขูดรีดในมิติอื่นด้วย เช่น เพศ อายุ เชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม ภาษา และบ้านเกิดเมืองนอน (ฉัตรทิพย์ นาถสุภา, 2556, หน้า 18-21)

2. ตัวแบบเศรษฐศาสตร์การเมืองของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ตัวแบบเศรษฐศาสตร์การเมืองนั้น มีประโยชน์ ต่อการพัฒนานโยบายการศึกษาของประเทศไทย ดังนี้

2.1 ตัวแบบเศรษฐศาสตร์การเมืองนี้จะช่วยเสริมนโยบายการศึกษาของไทย โดยเพิ่มการพิจารณาถึงปัจจัยภายในนอกประเทศ ได้แก่ ปัจจัยด้านผู้กระทำการ และโครงสร้างระหว่างประเทศ ปัจจัยภายนอกประเทศนี้ไม่ได้มีผลโดยตรงทันทีต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ แต่จะมีผลโดยผ่านสื่อกลางที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ

2.2 กระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติตามตัวแบบเศรษฐศาสตร์การเมือง เป็นกระบวนการทางการเมือง โดยพื้นฐานมิใช่เป็นเพียงกระบวนการเทคนิคตาม ตัวแบบการจัดการที่เน้นเรื่องทรัพยากรในการบริหารจัดการตามตัวแบบตามเหตุผล ตัวแบบการพัฒนาองค์กร และตัวแบบกระบวนการของระบบราชการ

2.3 ตัวแบบเศรษฐศาสตร์การเมืองให้ความสำคัญต่อการกำหนดของโครงสร้างทางเศรษฐกิจการเมืองและวัฒนธรรม ในการนำนโยบายไปปฏิบัติ พิจารณาความสำเร็จของนโยบายกำหนดเงื่อนไขของการดำเนินนโยบาย

2.4 ตัวแบบเศรษฐศาสตร์การเมืองบนรากฐานประวัติศาสตร์จะช่วยให้เข้าใจการนำนโยบายไปปฏิบัติ และสิ่งที่เกิดขึ้นในปัจจุบันอย่างเป็นกระบวนการเนื่องจากตัวแบบเศรษฐศาสตร์การเมือง

2.5 ตัวแบบการนำนโยบายไปปฏิบัติของนโยบายการศึกษาของไทย โดยทั่วไปมักให้ความสำคัญต่อการวิเคราะห์บนรากฐานของปัจเจกชน ทำให้มีแนวโน้มที่จะวิเคราะห์บทบาทของผู้นำหรือบทบาทของกลุ่มจากรากฐานของพฤติกรรมของปัจเจกชน ตัวแบบเศรษฐศาสตร์การเมืองให้ความสำคัญต่อการวิเคราะห์แบบองค์รวมที่ตั้งอยู่บนฐานมโนทัศน์แบบกลุ่มที่มีพฤติกรรมเฉพาะของตัวเอง ซึ่งไม่อาจลดทอนเป็นเรื่องปัจเจกชนได้ดังนั้นจึงมีการเสริมการพัฒนานโยบายศึกษาในประเทศไทย

3. เศรษฐศาสตร์การเมืองในบริบทสังคมไทยภายใต้สภาวะความขัดแย้ง

เศรษฐศาสตร์การเมืองในบริบทสังคมไทย มีปัญหาความขัดแย้งที่เกิดจากสาเหตุ จุดมุ่งหมายไม่ตรงกัน ค่านิยมแตกต่างกัน การแสดงความคิดเห็นที่ต่างกัน การชิงดีชิงเด่นกัน การแบ่งพรรคแบ่งพวกในหน่วยงานและองค์กรต่างๆ มีการต่อสู้และขัดขวางการกระทำของอีกฝ่าย เห็นแก่ผลประโยชน์ส่วนบุคคลมากกว่าส่วนรวม การแบ่งชนชั้นในสังคม ความไม่เท่าเทียมกันในสังคม ข้าราชการใช้อำนาจในทางที่ไม่ถูกต้อง เอื้อประโยชน์พวกพ้อง สถานะครอบครัวรายได้แตกต่างกัน ความไม่เข้าใจกัน ขาดความสามัคคี นักการเมืองแต่ละฝ่ายขัดแย้งผลประโยชน์กัน ไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นของอีกฝ่าย การแสวงหาผลประโยชน์ของนักการเมือง การทุจริต คอร์รัปชัน ความต้องการที่ตรงกันข้ามกันในขณะหนึ่ง ความขาดแคลนทรัพยากรที่ถูกกำหนดโดยสังคม เห็นความสำคัญของวัตถุนิยมและเงินตราอันเป็นผลมาจากแนวคิดทุนนิยม ความขัดแย้งส่วนบุคคลมีเรื่องทะเลาะกันมาก่อน

รับรู้ข่าวสารที่ผิด รับฟังข้อมูลด้านเดียว ยิ่งพัฒนายิ่งทำให้สังคมแตกแยก ช่องว่างระหว่างรายได้ของคนจนกับคนรวยเพิ่มมากขึ้น รวยกระจุก จนกระจาย ผลกระทบที่เกิดความขัดแย้ง ได้แก่ ความสับสนุ่นวายไม่มีระเบียบในสังคม ขาดความสามัคคีในหมู่คณะ เกิดความล่าช้าในการพัฒนาด้านต่างๆ ประชาชนไม่สนใจในการทำงานร่วมกัน มีความตึงเครียดในการทำงาน มีการแบ่งชนชั้น เกิดความรุนแรงในสังคม ประสิทธิภาพในการบริหารจัดการลดลง การชุมนุมประท้วงอาจก่อให้เกิดการบาดเจ็บและเสียชีวิตได้ ปัญหาความขัดแย้งระหว่างกลุ่มอาจขยายวงกว้างเป็นความขัดแย้งของคนส่วนใหญ่ในสังคมได้ผลกระทบทางด้านจิตใจ หดหู่ วิตกกังวล เด็กและเยาวชนนำไปเป็นแบบอย่างที่ไม่ดี และนำไปปฏิบัติเหมือนที่ผู้ใหญ่กระทำนำไปสู่การปฏิบัติของชนชั้นล่างทางสังคม (ณัฐนัย แก้วโพนงาม, 2562, หน้า 75-76)

4. บทบาทของเศรษฐศาสตร์การเมืองในศาสตร์ของการศึกษาด้านอื่นๆ

4.1 บทบาทของเศรษฐศาสตร์การเมืองกับทฤษฎีสถาบัน ในแนวคิดของเศรษฐศาสตร์มักจะพบคำว่าปัจจัยที่ไม่ใช่เศรษฐกิจอยู่เสมอ เกี่ยวพันกับสังคมการเมือง เป็นต้น ถึงแม้ว่าปัจจัยเหล่านี้จะมีความสัมพันธ์กับเศรษฐกิจและมีผลกระทบโดยตรงหรือทางอ้อม นักเศรษฐศาสตร์มักจะกล่าวเรื่องเหล่านี้ไม่อยู่ในขอบเขตการพิจารณาของ มีแนวโน้มบางอย่างเกิดขึ้นเพื่อที่จะแก้ไขจุดอ่อนบางประการในการวิเคราะห์โลกเศรษฐกิจที่เป็นจริง เศรษฐศาสตร์สถาบันมีบทบาทอย่างแคบๆ เท่านั้นในวงการต่างๆ สถาบันไม่มีความสำคัญแต่อย่างใดเลยในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของประเทศ

4.2 การศึกษาเศรษฐศาสตร์การเมืองกับการวิเคราะห์ชุมชน เศรษฐศาสตร์การเมืองตั้งอยู่บนรากฐานของหลักการ 4 ข้อด้วยกัน คือ 1) เศรษฐศาสตร์การเมืองเป็นเรื่องเกี่ยวกับโครงสร้าง 2) เศรษฐศาสตร์การเมืองมองว่ารูปแบบความสำคัญระหว่างกลุ่มสังคมมีหลายอย่างแต่ที่สำคัญที่สุดคือรูปแบบของความขัดแย้ง 3) สังคมทุกสังคมจะมีความขัดแย้งในระบบซึ่งก่อให้เกิดพลังได้ 4) ในการวิเคราะห์เศรษฐศาสตร์การเมืองยืนหยัดในหลักการสำคัญที่เรียกกันว่าจะต้องทำการวิพากษ์สิ่งที่ดำรงอยู่

4.3 เศรษฐศาสตร์การเมืองสำนักวัฒนธรรมชุมชน สำนักวัฒนธรรมชุมชนเป็นสำนักเศรษฐศาสตร์การเมือง แนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยวัฒนธรรมชุมชนเป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่เติบโตในวงวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในวงวิชาการและการเคลื่อนไหวทางสังคม วัฒนธรรมไทยกับการพัฒนาชนบทโดยอุดมการณ์และหลักการของแนวคิดวัฒนธรรมชุมชน 1) ชุมชนมีวัฒนธรรมของตนเองอยู่แล้วมี 2) ชุมชนมีสถานะเป็นสถาบันหนึ่งที่ดำรงอยู่อย่างต่อเนื่องในประวัติศาสตร์ 3) ชุมชนมีระบบเศรษฐกิจระบบหนึ่งของตัวเองมีครอบครัวและชุมชนเป็นหน่วยการผลิต 4) ทางด้านสังคมการเมืองชาวบ้านมีความสัมพันธ์กันผ่านระบบเครือญาติมีการปกครอง และการจัดการความสงบเรียบร้อย 5) ชุมชนกับสังคมภายนอกชุมชนมิได้ตั้งอยู่อย่างโดดเดี่ยวมีการเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนกับชุมชนอื่นในท้องถิ่นเดียวกันในลักษณะเครือข่าย 6) ชุมชนมีทางเลือกการพัฒนาตามแนวความคิดวัฒนธรรมชุมชน

5. เศรษฐศาสตร์การเมือง: การพัฒนานโยบายสาธารณะเชิงบูรณาการ

แนวความคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองหรือแนวนโยบายสาธารณะและเศรษฐศาสตร์การเมืองแบบยุคหลังสมัยใหม่ นำมาเป็นหลักในการวิเคราะห์กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันที่ได้จากการบูรณาการในการปฏิบัติงานด้านการวิจัยและการบริการวิชาการ เพื่อสนับสนุนการสร้างนโยบายสาธารณะของภาคประชาสังคม ซึ่งประกอบด้วย การทำงานร่วมกับภาคประชาชน ผู้นำองค์กร เครือข่ายของประชาชนและชุมชน จนนำไปสู่ประเด็นสาธารณะ ทั้งเชิงพื้นที่และเชิงประเด็นด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ภายใต้การเปลี่ยนแปลงตามบริบทของท้องถิ่นจากปัจจัยต่างๆ เช่น การเมือง สังคม เศรษฐกิจ และ สิ่งแวดล้อม เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ได้แสดงถึงปัญหาสาธารณะและความต้องการร่วมกันของประชาชน อันเป็นพื้นฐานสำคัญของกระบวนการพัฒนานโยบายสาธารณะ และการพัฒนาระบบประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม นอกจาก แนวทางในการแก้ไขปัญหาแล้ว การศึกษานี้ถือเป็นอีกมิติหนึ่งสำหรับเสนอทิศทางการพัฒนาประเด็นนโยบาย สาธารณะและรูปแบบของกระบวนการนโยบายสาธารณะ การวิเคราะห์ตามแนวคิดเชิงเศรษฐศาสตร์การเมือง เพื่อเติมเต็มนอกเหนือไปจากเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก โดยหลักคิดเชิงเศรษฐศาสตร์การเมืองได้เน้นถึงการมีส่วนร่วมจากภาคประชาชน ดังเช่น ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ เพราะส่งผลต่อสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนและท้องถิ่นและเชื่อมโยงสู่กระบวนการนโยบายสาธารณะดังนี้ 1) เศรษฐศาสตร์การเมืองมีความเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันแทบทุกด้าน เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง สิ่งแวดล้อม ศาสนา การศึกษา เป็นต้น

2) กระบวนการสร้างนโยบายสาธารณะแบบมีส่วนร่วม เป็นไปตามกระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะอย่างมีประสิทธิภาพ
3) การนำแนวคิดปรัชญาหลังนวยุคมาปรับใช้ด้วยการยอมรับและฟังความคิดเห็นของผู้อื่นเพื่อสร้างเครือข่ายการเสริมสร้าง
ประชาสังคมและการแก้ไขปัญหาต่างๆ 4) การบูรณาการองค์ความรู้ สามารถนำการจัดการเกี่ยวกับการพัฒนาองค์การสู่องค์กร
ปกครองท้องถิ่นที่ต้องเป็นไปอย่างทั่วถึงและเกิดประสิทธิภาพ (รัชฎากร วินิจกุล, 2557, หน้า 205)

6. เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยการผลิตภาคการเกษตร

การศึกษาเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมชาวนาตามแนวเศรษฐศาสตร์ศีลธรรม พบว่าชาวนาที่มีความซับซ้อนของ
การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมือง และสิ่งแวดล้อม ภายใต้การศึกษาโดยใช้วิธีศึกษาเชิงสหวิทยาการที่
ประกอบด้วยศาสตร์หลายด้าน ร่วมกับการศึกษาเชิงประวัติศาสตร์ที่เน้นพลวัตของการเปลี่ยนแปลง และความสัมพันธ์ระหว่าง
ชาวนากับรัฐ ที่สะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของชาวนาในปัจจุบัน ชาวนาไทยมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต คือ ชาวนาสวน
ใหญ่เป็นชาวนารายได้ปานกลาง คนที่จนหรือเกือบจนเป็นเพียงส่วนน้อยในชนบทไทย ชาวนามีพฤติกรรมที่ก้าวล้ำไปมากกว่า คือ
การหลุดพ้นจากความยากจน สามารถหาเลี้ยงชีพได้อย่างหลากหลาย จนนำมาสู่ความเหลื่อมล้ำแบบใหม่ในชุมชน ภายใต้การ
อาศัยความช่วยเหลือด้านทรัพยากรและงบประมาณบางอย่างจากรัฐ ซึ่งสะท้อนให้เห็นภาพชนบทไทยที่กลายเป็นสังคมการเมือง
ผ่านการมีบทบาทที่มีการเชื่อมต่อกับรัฐ และทุนของชาวนาอีกด้วย ชาวนาที่ไม่ได้อาศัยอยู่กับกรอบของวัฒนธรรมชุมชน หากแต่พวก
เขาได้ปรับเปลี่ยนตนเองตามการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมแล้ว เป็นพฤติกรรมของ “ชาวนายุคใหม่” ที่มี
ความสัมพันธ์กับตลาด ทุน และรัฐอย่างใกล้ชิด พร้อมทั้งกลายเป็นผู้รู้โลกกว้างที่รู้จักผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองต่อตลาดและ
ผู้บริโภคที่หลากหลาย ในขณะเดียวกันก็สร้างองค์การเพื่อการต่อรอง รักษาวัฒนธรรมแบบพื้นถิ่นของตนไว้ ผสมผสานกับการเป็น
ชาวนา นักเคลื่อนไหวต่อรองทางการเมือง ที่ทำให้ภาพของชาวนามีความคาบเกี่ยวกันระหว่างการเป็นผู้คิดเชิงกำไรและ
อรรถประโยชน์นิยม และการมีโลกทัศน์เศรษฐศาสตร์เชิงศีลธรรม สะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของชาวนาที่เกิดขึ้นในพื้นที่
ชนบท ชาวนาปัจจุบันไม่ได้อยู่ในลักษณะของ Peasant อีกต่อไป แต่พวกเขาได้ปรับตัวสู่ความเป็นสังคมชนบทลักษณะใหม่ (New
Characteristic of Rural Society) ที่เปลี่ยนจากสังคมชาวนาเป็นสังคมผู้ประกอบการ หรือเปลี่ยนชาวบ้านจากการเป็นชาวนา
ชาวนาเป็น ผู้ประกอบการนั่นเอง (นุชนารถ สมควร, 2561, หน้า 961-963)

7. เศรษฐศาสตร์การเมืองของระบบสวัสดิการ

ประเด็นสำคัญของเศรษฐศาสตร์การเมืองของระบบสวัสดิการในประเทศไทย มีดังต่อไปนี้

ประการที่หนึ่ง สวัสดิการสำคัญต่าง ๆ มักเกิดขึ้นในช่วงที่ประเทศไทยมีการปกครองใน ระบอบประชาธิปไตย

ประการที่สอง สวัสดิการต่างๆ มีความยากง่ายในการเกิดขึ้นที่แตกต่างกัน สวัสดิการที่เกิดขึ้นได้ง่ายและมักเกิดขึ้นก่อน
คือ สวัสดิการที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจ เช่น การศึกษา การ ให้เงินทดแทนลูกจ้างที่ประสบอุบัติเหตุ เจ็บป่วย ทูพล
ภาพ หรือตายจากการทำงาน

ประการที่สาม ประโยชน์จากสวัสดิการที่จะตกต่อกลุ่มต่างๆ จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ อำนาจต่อรองของกลุ่มนั้นใน
กระบวนการทางนโยบาย

ประการที่สี่ ประเทศไทยเน้นลงทุนด้านการศึกษามาก แต่มีหลักฐานจากผลการสอบของ ผู้เรียนในระดับต่างๆ ที่ชี้ว่า
ระบบการศึกษาของไทยมีคุณภาพต่ำลงมาอย่างต่อเนื่อง และยังไม่มีความไม่เท่าเทียมกันในการศึกษาระดับอุดมศึกษา โดยผู้มีรายได้
สูงได้ประโยชน์มากกว่าผู้มีรายได้น้อย

ประการที่ห้า เศรษฐศาสตร์การเมืองในการเพิ่มและลดรายจ่ายด้านสวัสดิการมีลักษณะ แตกต่างกันอย่างมากระหว่าง
การลดสิทธิประโยชน์ในสวัสดิการที่เกิดขึ้นแล้ว มักจะทำได้ยากกว่าการเพิ่มสิทธิประโยชน์หรือการเพิ่มสวัสดิการใหม่ๆ

ข้อเสนอแนะทางนโยบาย คือ ควรออกแบบสวัสดิการให้มีลักษณะที่เอื้อต่อการเพิ่มประสิทธิภาพทางเศรษฐกิจให้มาก
ที่สุด ควรขยายฐานภาษี เพื่อลดการสร้างภาระทางภาษีในระดับสูงต่อคนบางกลุ่ม และควรสร้างความเป็นธรรมในสายตาของผู้เสีย
ภาษีหรือผู้จ่ายเงินสมทบ

8. เศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงพุทธ

พระพุทธศาสนามองว่า เศรษฐกิจมีความสำคัญเป็นอย่างมาก การที่จะเข้าไปแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนนั้นจึงจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่าง ในการพิจารณาประกอบ เช่น แก๊ซที่ระบบเศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง การส่งเสริมให้บุคคลในสังคมได้มีคุณธรรมคือ จริยธรรมและศีลธรรมควบคู่กันไป ส่งผลให้เกิดพัฒนาการใน 2 มิติคือภายนอกได้แก่สิ่งแวดล้อมและภายในได้แก่จิตใจ สังคมจะบังเกิดความสันติสุขอย่างแท้จริงหากดำเนินนโยบายเชิงรุกด้วยหลัก 5 ประการ คือ (พระมหาพรหม ธรรมหาโส, 2554, หน้า 24-25)

- 8.1 แก้ปัญหาพื้นฐานที่ต้นเหตุคือความยากจน
- 8.2 สร้างเครือข่ายบริหารประเทศ
- 8.3 สร้างศรัทธาและความเชื่อมั่นให้กับประชาชน
- 8.4 สร้างความเข้มแข็งให้ผู้ปกครอง
- 8.5 ส่งเสริมและสนับสนุนคนดี

สรุปผลการวิจัย

ในขณะทวิชาเศรษฐศาสตร์มีแนวความคิดหลัก คือ 1) แนวความคิดเกี่ยวกับการแบ่งงานกันทำเพื่อให้เกิดทักษะและประสิทธิภาพการผลิต 2) แนวความคิดเกี่ยวกับความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบเพื่อบ่งชี้ให้ผู้ผลิตได้เปรียบการได้เปรียบของผู้ผลิตเชิงเปรียบเทียบ จะช่วยลดต้นทุนในการผลิตให้ต่ำ เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ดีขึ้นเศรษฐศาสตร์ทางการเมืองของประเทศไทยจะก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลางด้วยการยกระดับเทคโนโลยี เพราะมีความเชื่อว่า ถ้าเทคโนโลยีดีขึ้น ผลผลิตการผลิตจะสูงขึ้น รายได้ก็จะสูงขึ้น และความเป็นอยู่ก็จะดีขึ้นตามซึ่งไม่เป็นความจริงทั้งหมดเพราะยังมีปัจจัยประเภทอย่างอื่นอีกมาก ซึ่งแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองมีส่วนช่วยให้สังคมไทยตระหนักว่าการเอารัดเอาเปรียบ และความแตกต่างอย่างมากในรายได้และทรัพย์สินในประเทศไทย ปัจจุบันเศรษฐศาสตร์การเมืองอธิบายความเหลื่อมล้ำและไม่เป็นธรรมทางสังคมภายใต้เงื่อนไขทางเศรษฐกิจและการเมืองในยุคปัจจุบัน เครื่องมือในการวิเคราะห์แบบเศรษฐศาสตร์การเมืองประกอบไปด้วย 4 มิติ ได้แก่ มิติของการวิเคราะห์แบบองค์รวม มิติในเชิงประวัติศาสตร์ มิติในเชิงความขัดแย้ง และมิติด้านการวิพากษ์ ปัจจุบันอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของไทยชะลอตัวลงอย่างรวดเร็ว จึงจำเป็นต้องศึกษาถึงความยั่งยืนและความสุขทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ประกอบด้วยแนวทางที่กล่าวมาทั้งหมด อาจมีส่วนช่วยในการหาทางออกและลดปัญหาความขัดแย้งทางเศรษฐกิจและสังคม และใช้แนวคิดทางเศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงพุทธเข้ามาประกอบกันด้วย

เอกสารอ้างอิง

- จตุรภัทร จันท์ทิพย์. (2559). เศรษฐกิจหมู่บ้านไทยในอดีตและการเป็นสมัยใหม่กับแนวคิดชุมชน โดย ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่*, 8(1), 265-287.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2556). เศรษฐศาสตร์การเมืองจากอดีตสู่อนาคต. *วารสารเศรษฐศาสตร์การเมือง*, 1, 1-8.
- ไชยรัตน์ เจริญสินโอฬาร. (2557). *รัฐศาสตร์แนววิพากษ์*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐดนัย แก้วโพนงาม. (2562). *เศรษฐศาสตร์การเมืองในบริบทสังคมไทยภายใต้สภาวะความขัดแย้งในจังหวัดชัยภูมิ*.
ชัยภูมิ : มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ.
- นุชนารถ สมควร. (2561). *เกษตรกรผู้ประกอบการ : กรอบการวิเคราะห์เชิงเศรษฐศาสตร์การเมือง*.
วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
เข้าถึงจาก <https://hs.kku.ac.th/ichuso/2018/ICHUSO-170.pdf>. (สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2563).
- นุชประภา โมกข์ศาสตร์. (2561). *การวิเคราะห์แบบเศรษฐศาสตร์การเมือง*.
เข้าถึงจาก <http://www.Prachatai.com>. (สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2563).

- พระมหาพรหม ธรรมหาโส. (2554). *เศรษฐศาสตร์การเมืองเชิงพุทธ : การจัดการความขัดแย้งผ่านมิติการพัฒนาสังคม และเศรษฐกิจ*. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- รัชฎากร วินิจกุล. (2557). *เศรษฐศาสตร์การเมือง : การพัฒนานโยบายสาธารณะเชิงบูรณาการ. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ครั้งที่ 3*, 204-205.
- ชัยธรรมย์ ธรรมบุษดี. (2562). *เศรษฐศาสตร์การเมือง ความเหลื่อมล้ำ และไม่เป็นธรรมทางสังคม*. เข้าถึงจาก : thaiciviceducation.org.html. (สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2563).
- สมคิด พุทธศรี และถาวรณ ธนาเลิศสมบูรณ์. (2562). *เศรษฐศาสตร์การเมืองไทยในกระแสเศรษฐศาสตร์การเมืองโลก*. เข้าถึงจาก <https://www.the101.world/thai-political-economy-thanee-interview/>. (สืบค้นเมื่อ 1 มกราคม 2563).
- อภิชัย พันธเสน. (2560). *ทำไมเศรษฐศาสตร์จึงต้องเป็นเศรษฐศาสตร์การเมือง*. กรุงเทพฯ: บริษัทเกล็ดไทย จำกัด.



 **RCIM**
GRADUATE SCHOOL

เปิดรับสมัครนักศึกษา
ปริญญาโทและปริญญาเอก

M.B.A. D.B.A.
M.P.A. D.P.A.
M.Ed. Ph.D.
(Educational Administration Innovation)

 **092-442-8000**

 สมัครออนไลน์ได้ที่ <https://www.rcim.in.th/>

สิ่งที่ผู้บริโภคสูงอายุให้คุณค่าในผลิตภัณฑ์อาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุ

Customer Value of Snack Products for the Elderly

โสภณ แยมกลิน

Sophon Yamklin

อาจารย์ประจำ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail: sophon.y@ku.th

บทคัดย่อ

ผู้สูงอายุเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ธุรกิจอาหารว่างให้ความสนใจผลิตสินค้าและบริการให้มากขึ้น อย่างไรก็ตามธุรกิจยากที่จะประสบความสำเร็จหากไม่สามารถเข้าใจผู้บริโภคอย่างแท้จริง งานวิจัยฉบับนี้จึงทำขึ้นเพื่อศึกษาสิ่งที่ผู้สูงอายุให้คุณค่าในสินค้าอาหารว่างโดยด้วยแผนภาพการออกแบบคุณค่าและจัดลำดับความสำคัญของสิ่งที่ผู้สูงอายุให้คุณค่าโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้สูงอายุจำนวน 30 คนและนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลจากการศึกษาทำให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้สูงอายุให้คุณค่าสำหรับงานที่ผู้สูงอายุต้องการทำให้สำเร็จ โดยพบว่าผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับงานด้านอารมณ์ เช่น กินอาหารเพราะรู้สึกได้ย้อนยุคสมัย มากกว่างานตามหน้าที่ของอาหารว่าง เช่น เพื่อคลายความหิว เพื่อเสริมมือหลัก เป็นต้น นอกจากนี้สิ่งที่ผู้สูงอายุยังไม่ได้ได้รับความสะดวกสบายเป็นประเด็นเกี่ยวกับปัญหาความกังวลด้านสุขภาพและความกังวลเรื่องโรคประจำตัว และสิ่งที่ผู้บริโภคสูงอายุมีความคาดหวังในทางบวกในอาหารว่าง เช่น มีความปลอดภัย และรสชาติอร่อย กลืนง่ายไม่ติดคอ ขนาดเหมาะสมครั้งเดียว เป็นต้น ผลการจัดลำดับความสำคัญพบว่างานที่ต้องการทำให้สำเร็จ สิ่งที่ผู้สูงอายุยังไม่ได้ได้รับความสะดวกสบาย และสิ่งที่ผู้บริโภคสูงอายุมีความคาดหวังในทางบวก ที่ผู้สูงอายุให้ความสำคัญมากที่สุดคือ ทานเพราะรู้สึกได้ย้อนยุคสมัย กังวลอันตรายจากสุขภาพ และ รสชาติอร่อยถูกปาก ตามลำดับ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเพียงไม่กี่ฉบับที่ได้ศึกษาสิ่งที่ผู้สูงอายุเชิงลึกด้วยการใช้เครื่องมือการออกแบบคุณค่า ซึ่งผู้ประกอบการอาหารว่างผู้สูงอายุสามารถนำผลวิจัยที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบนวัตกรรมสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับสิ่งที่ผู้สูงอายุให้คุณค่าได้อย่างแท้จริง โดยเฉพาะการที่ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับงานด้านอารมณ์ของอาหารว่างมากกว่างานตามหน้าที่

คำสำคัญ: อาหารว่าง ผู้สูงอายุ การออกแบบคุณค่า การวิจัยเชิงคุณภาพ

Abstract

Elderly person has become one of key customer segments from many business organizations. However, business cannot success without fully understand what their customer value for their products and services. This research, therefore, aimed to explore customer value of snack products for the elderly using value proposition design canvas by conducting a comprehensive in-depth interview with 30 elderly persons. The collected data then had been analyzed using content analysis of qualitative data analysis techniques.

The research result demonstrated the value of elderly person toward elderly snacks. The results suggested that elderly person paid more attention to emotional job such as eat to thrown back in their time more than functional job such as to relieve hunger, eat in addition to main meal. For customer pain, results suggested that elderly concern most about their personal health and their underlying disease. For customer gain, elderly person expected that elderly snacks are safe to eat, having a tasty taste, easy to swallow, and appropriate to eat at once. The ranking of the value of elderly person toward elderly snacks in job-to-be-done,

customer pain, and customer gain are eating to thrown back in their time, concerning about their personal health, and having a tasty taste respectively.

This research is one of the first to empirically explore elderly snack products using value proposition design concept. The results are useful for managers in charge of designing new products and services in elderly snack sector so they can design elderly snacks that fit with customer value, especially the fact that elderly pay more attention to emotional job than functional job of snacks.

Keywords: Snack, Elderly, Value proposition design, Qualitative research

บทนำ

เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าการทำธุรกิจในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ธุรกิจที่มีรูปแบบการดำเนินงานใหม่ได้ทำลายธุรกิจเก่าอย่างสิ้นเชิง ในอดีตที่ผ่านมาความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจเกิดขึ้นจากการจัดการปัจจัยภายในองค์กรเป็นหลัก เช่น การลดต้นทุน การควบคุมคุณภาพ ในขณะที่การทำธุรกิจในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ความได้เปรียบทางการแข่งขันกลับได้มาจากความเข้าใจถึงปัจจัยภายนอกองค์กร โดยเฉพาะการเข้าใจผู้บริโภคและเข้าใจถึงสิ่งที่ผู้บริโภคให้คุณค่า (Customer Value) ได้อย่างแท้จริง (Woodruff, 1997) การเข้าใจในสิ่งที่ผู้บริโภคให้คุณค่าจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ผู้ผลิตในปัจจุบันต้องทำความเข้าใจว่าผู้บริโภคให้คุณค่ากับปัจจัยอื่นมากกว่าตัวผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว (Kotler, 2017)

หนึ่งในเครื่องมือที่ได้รับความนิยมในการศึกษาสิ่งที่ผู้บริโภคให้คุณค่าคือการใช้แผนภาพการออกแบบคุณค่า (Value Proposition Design Canvas) ซึ่งพัฒนาโดย Alex Osterwalder และคณะ (Osterwalder, Pigneur, Bernarda, & Smith, 2014) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการทำความเข้าใจสิ่งที่ผู้บริโภคให้คุณค่าที่องค์กรชั้นนำระดับโลกนำไปใช้จำนวนมาก เช่น Microsoft, 3M, MasterCard, Intel เป็นต้น โดเมนแผนภาพการออกแบบคุณค่าจะช่วยให้ผู้ผลิตเข้าใจลักษณะผู้บริโภคได้ชัดเจน 3 ด้านคืองานที่ต้องการทำให้สำเร็จ (customer job) สิ่ง queผู้บริโภคยังไม่ได้รับความสะดวกสบาย (customer pain) และสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังในทางบวก (customer gain) ของสินค้าและบริการนั้น เพื่อนำไปออกแบบสินค้าและบริการให้ตรงกับคุณค่าของผู้บริโภคโดยตรงกับกลุ่มผู้บริโภค โดยเฉพาะการเติบโตของกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ

โดยผู้สูงอายุในประเทศไทยมีการเติบโตเป็นอย่างมากโดยจะมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 30 ของประชากรในประเทศไทยในปี 2579 และยังเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงที่ได้รับความสนใจทางธุรกิจเป็นอย่างมาก (วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2561) แต่ผู้สูงอายุมีลักษณะความแตกต่างกับผู้บริโภคกลุ่มอายุอื่นด้วยลักษณะทางด้านกายภาพ ด้านจิตใจ รวมถึงด้านสุขภาพ เช่น การที่ผู้สูงอายุมีความอยากอาหารลดลงตามอายุ ในขณะที่วัยกลับต้องการปริมาณสารอาหารในปริมาณที่สูงเพื่อซ่อมแซมส่วนที่เสื่อมตามอายุ เป็นต้น ทำให้ผู้สูงอายุมีการให้คุณค่าในผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างกับผู้บริโภคกลุ่มอายุอื่น โดยเฉพาะในผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุ

ในกลุ่มอาหารผู้สูงอายุนั้น อาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุ (Elderly Snack) ถือว่าเป็นหนึ่งในตลาดที่มีการเติบโตสูง แม้ว่าผู้สูงอายุจะมีการรับรู้รสชาติที่น้อยลง แต่ผู้สูงอายุนั้นยังมีความสนใจในเรื่องอาหารและพร้อมที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้ออาหารที่ตรงกับความต้องการของตน (Leek, Szmigin & Carrigan, 2001; Yoon, Cole & Lee, 2009) แต่การศึกษาอาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุและการสร้างนวัตกรรมเชิงพาณิชย์กลับมีน้อยมาก โดยเครือข่าย Care Food ซึ่งเป็นกลุ่มเครือข่ายที่เกิดจากการร่วมมือของหน่วยงานรัฐ 7 หน่วยงาน ได้มีความพยายามผลักดันนวัตกรรมเชิงพาณิชย์ของอาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุ แต่ยังไม่ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคที่เท่าที่ควร หนึ่งในสาเหตุเพราะผู้ผลิตยังไม่ทราบข้อมูลเชิงลึกถึงสิ่งที่ผู้สูงอายุให้คุณค่าอย่างแท้จริง รวมถึงไม่ทราบถึงลำดับความสำคัญในของสิ่งที่ผู้สูงอายุให้คุณค่าในแต่ละประเด็น นอกจากนี้ งานวิจัยเชิงวิชาการที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ผู้สูงอายุให้คุณค่าในสินค้าอาหารว่างผู้สูงอายุนั้นยังมีจำนวนน้อย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสิ่งที่ผู้บริโภคสูงอายุให้คุณค่าในสินค้าอาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุ
2. เพื่อจัดลำดับคุณค่าในสินค้าอาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลของงานวิจัยนี้จะช่วยให้ผู้ที่ประกอบธุรกิจอาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุเข้าใจสิ่งที่ผู้สูงอายุให้คุณค่าสำหรับผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน และลึกซึ้งขึ้น สามารถนำผลวิจัยไปใช้ในการปรับแผนการผลิตและการทำการตลาดเพื่อให้ตอบโจทย์ผู้บริโภคได้ นอกจากนี้ งานวิจัยนี้ยังเป็นแหล่งข้อมูลอ้างอิงสำหรับผู้สนใจด้านการทำธุรกิจในผู้สูงอายุใช้ประกอบในการค้นคว้าวิจัยต่อไปในอนาคต

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาสิ่งที่ผู้บริโภคให้คุณค่านั้นนับเป็นหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจ เพราะการทำธุรกิจนั้นแท้จริงแล้วก็คือการสร้างคุณค่า (Value) ให้กับผู้บริโภค ผู้บริโภคไม่ได้ซื้อสินค้าและบริการเพราะอยากได้ตัวสินค้าหรือบริการโดยตรง แต่เพราะสินค้าและบริการนั้นสามารถสร้างคุณค่าได้ตรงกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการได้ การทำความเข้าใจว่าผู้บริโภคให้คุณค่ากับประเด็นใดของสินค้าและบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งเครื่องมือที่ได้รับความนิยมในการศึกษาสิ่งที่ผู้บริโภคให้คุณค่าคือการใช้แผนภาพการออกแบบคุณค่า ซึ่งพัฒนาโดย Alex Osterwalder และคณะ (Osterwalder et al., 2014) โดยเครื่องมือนี้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็นสองส่วนหลัก คือ การวิเคราะห์สิ่งที่ผู้บริโภคให้คุณค่า (Customer Profile) และการออกแบบคุณค่าของสินค้าและบริการ (Value Proposition Design) โดยในงานวิจัยนี้ศึกษาการวิเคราะห์สิ่งที่ผู้บริโภคให้คุณค่าเพียงอย่างเดียว เนื่องจากการออกแบบคุณค่าของสินค้าและบริการนั้นเป็นกระบวนการภายในของแต่ละองค์กร

การวิเคราะห์สิ่งที่ผู้บริโภคให้คุณค่า ประกอบ 3 ด้านหลัก ดังนี้

1. งานที่ต้องการทำให้สำเร็จ (Job-to-be-Done) คือการทำความเข้าใจว่าผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าและบริการของเราไปเพื่ออะไร ผู้บริโภคนำสินค้าและบริการของเราไปแก้ไขปัญหาอะไร โดยแบ่งประเด็นย่อยออกได้อีกเป็น 3 ด้าน คือ งานตามหน้าที่หลัก (Functional Jobs) คือคุณค่าที่ผู้บริโภคต้องการที่จะได้รับจากการใช้ประโยชน์สินค้าและบริการตามหน้าที่โดยตรง งานด้านสังคม (Social Jobs) คือสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการให้สังคมมองตัวเองเป็นอย่างไรจากการใช้สินค้านั้น และ งานด้านอารมณ์ (Emotional Jobs) คือคุณค่าที่ผู้บริโภคได้รับจากการใช้สินค้าและบริการด้วยเหตุผลทางด้านอารมณ์ ความรู้สึก หรือเหตุผลส่วนตัว

2. สิ่งที่ยังไม่ได้รับความสะดวกสบาย (Customer Pain) คือ ความยุ่งยากในการใช้สินค้าและบริการในปัจจุบัน หรืออุปสรรค/ความไม่สะดวกสบายต่างๆ ที่ทำให้ไม่สามารถทำให้สำเร็จลงได้ ทั้งก่อนใช้ ขณะใช้ หรือหลังใช้สินค้าและบริการ เช่น ความยุ่งยากที่เกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์แล้วไม่ได้ผลลัพธ์ตามที่ตั้งใจไว้ หรือสิ่งกีดขวางที่ทำให้ผู้บริโภคไม่สามารถบรรลุสิ่งที่ต้องการได้อย่างแท้จริง หรือ สิ่งนี้อาจทำให้เกิดปัญหาจากทำตามสิ่งที่ต้องการที่แท้จริง หรือ ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นจากการใช้สินค้าและบริการนั้น

3. สิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังในทางบวก (Customer Gain) คือ ผลลัพธ์หรือผลประโยชน์ที่ผู้บริโภคคาดหวังจากสินค้าหรือบริการ หากสินค้าหรือบริการนั้นสามารถตอบสนองความต้องการและความคาดหวังทางบวกของผู้บริโภคได้ ก็จะช่วยให้สินค้าหรือบริการมีคุณค่ามากขึ้นในสายตาผู้บริโภค เช่น ความต้องการพื้นฐานของสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการที่แท้จริง หรือ ความคาดหวังเพิ่มเติมจากความสามารถพื้นฐานของสินค้า หรือ สิ่งทีนอกเหนือจากความคาดหวังที่จะได้จากสินค้าหรือบริการ แต่ผู้บริโภคจะชอบมากหากสินค้าหรือบริการนั้นมีมาให้ด้วย และ ความคาดหวังที่แม้แต่ผู้บริโภคเองก็นึกไม่ถึง ไม่ได้คาดหวังว่าสินค้าและบริการนั้นจะต้องมีสิ่งนี้

อย่างไรก็ตาม แม้การใช้เครื่องมือแผนภาพการออกแบบคุณค่าจะได้รับความนิยมในภาคธุรกิจแต่ยังมีการนำมาใช้ในแวดวงวิชาการไม่มาก โดยเฉพาะในผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุที่งานวิจัยส่วนใหญ่เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคอาหาร

เช่น พฤติกรรมการบริโภคของผู้สูงอายุเกาหลี (Shin, Lee, & Lee, 2016; Woo, Chyun, & Choe, 2002) การบริโภคผักและผลไม้ของผู้สูงอายุในยุโรป (Mingioni et al., 2016) หรือการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้สูงอายุในจังหวัดต่างๆ ของประเทศไทย (เช่น สุพรรณบุรี พุกขา และ วรชัย สุขประเสริฐ, 2561; มโนลี ศรีเปารยะ เพ็ญพงษ์, 2560) หรือการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกบริโภคอาหารสุขภาพของผู้สูงอายุ (อรรณพ เรืองกัลปวงศ์ และ สราวรรณ เรืองกัลปวงศ์, 2558; ทวีศิลป์ ศรีอักษร, 2551; Shahrin, Omar, Daud, & Zakaria, 2019)

โดยงานวิจัยที่กล่าวมาศึกษาถึงพฤติกรรมหรือทัศนคติของผู้สูงอายุในการบริโภคอาหารโดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณแต่ไม่ได้ศึกษาถึงสิ่งที่ผู้บริโภคให้คุณค่าซึ่งจำเป็นต้องใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเก็บข้อมูลเชิงลึก ผู้วิจัยจึงพบช่องว่างงานวิจัย (Research Gap) ว่ายังไม่มีงานที่ศึกษาสิ่งที่ผู้บริโภคให้คุณค่าในอาหารว่างในผู้สูงอายุโดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาถึงข้อมูลเชิงลึก โดยเฉพาะการศึกษาสิ่งที่ผู้สูงอายุให้คุณค่าด้วย Value Proposition Design งานวิจัยนี้จึงเป็นงานวิจัยชิ้นแรกที่ยกแบบเพื่อศึกษาสิ่งที่ผู้สูงอายุให้คุณค่าในอาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุโดยใช้ Value Proposition Design ที่พัฒนาโดย Alex Osterwalder และคณะ (Osterwalder et al., 2014) มาใช้เป็นกรอบแนวคิดงานวิจัยเบื้องต้น

ขอบเขตการวิจัย

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาถึงสิ่งที่ผู้บริโภคกลุ่มผู้สูงอายุให้คุณค่าโดยศึกษาในอาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุโดยศึกษาผ่านกรอบแนวคิดการออกแบบคุณค่าในส่วนของการทำความเข้าใจผู้บริโภคเชิงลึกซึ่งพัฒนาโดย Alex Osterwalder และคณะ (Osterwalder et al., 2014) ซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วนคือ งานที่ต้องการทำให้สำเร็จ สิ่งที่ยังไม่ได้รับความสะดวกสบาย และความคาดหวังในทางบวก เท่านั้น

งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุระดับต้น (Young-Old) ซึ่งมีอายุในช่วง 60-69 ปี ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มที่ยังมีส่วนร่วมต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมสูงและเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการทำตลาดผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาหารว่าง โดยเก็บข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2562

วิธีการศึกษา

ในการวิจัยเพื่อศึกษาสิ่งที่ผู้บริโภคสูงอายุให้คุณค่าในผลิตภัณฑ์อาหารว่างนั้นเป็นเรื่องเกี่ยวกับพฤติกรรม ประสบการณ์ อารมณ์ของผู้สูงอายุซึ่งเป็นลักษณะข้อมูลเชิงลึก นอกจากนี้เรื่องอาหารว่างเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุยังเป็นเรื่องที่มีความทันสมัยในปัจจุบัน ดังนั้นระเบียบวิธีวิจัยที่เหมาะสมคือระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นระเบียบวิธีวิจัยที่เหมาะสมกับงานวิจัยที่ต้องการเก็บข้อมูลเชิงลึกโดยเฉพาะการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของมนุษย์ เพื่อทำความเข้าใจสถานการณ์ที่มีความใหม่และซับซ้อนในปัจจุบัน (Gallagher, 2008; Mariampolski, 2001; Maylor, Blackmon, & Huemann, 2016) นอกจากนี้ยังเหมาะสมเพื่อศึกษาสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงโดยไม่มีอคติจากความคาดหวังล่วงหน้า (Glaser & Strauss, 2017; Patton, 2002) และทำขึ้นโดยปราศจากสมมติฐานและความคาดหวังเพื่อศึกษาปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นตามความเป็นจริง (Marshall & Rossman, 2014; Strauss & Corbin, 1990; Yin, 2017)

เป้าหมายของการวิจัยเชิงคุณภาพคือต้องการทราบข้อมูลเชิงลึก ดังนั้น การเลือกกลุ่มตัวอย่างจึงไม่ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างมากเท่ากับการวิจัยเชิงปริมาณและไม่ใช้หลักสถิติมาใช้เพื่อกำหนดขนาดตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนประชากร แต่จะใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับหัวข้อที่ศึกษาได้ดีที่สุด (Levitt et al., 2018; Strauss & Corbin, 1990) เนื่องจากจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับงานวิจัยเชิงคุณภาพนั้นไม่สามารถกำหนดตายตัวได้ก่อนการวิจัย แต่ขึ้นอยู่กับจุดอิ่มตัวของข้อมูล (Saturation of Information) ซึ่งไม่สามารถตัดสินใจล่วงหน้าได้เหมือนการวิจัยเชิงปริมาณ (Bitsch, 2005; Mack, 2005; Mariampolski, 2001; Marshall & Rossman, 2014) งานวิจัยนี้จึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้นเพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึกไว้ที่ 20 คน

ตารางที่ 1 หลักเกณฑ์ในการพิจารณาคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะสัมภาษณ์และไม่สัมภาษณ์ (Inclusion and Exclusion Criteria)

เกณฑ์การคัดเลือกเข้า (Inclusion Criteria)	เกณฑ์การคัดออก (Exclusion Criteria)
- คนไทยอายุ 60 – 69 ปี (กลุ่ม young-old) - มีรายได้เป็นของตนเองเพียงพอต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าได้ - สามารถช่วยเหลือตัวเองได้และยังสามารถเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคม	- เป็นผู้สูงอายุอายุ 70 ปีขึ้นไป - ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ - ไม่ได้ตัดสินใจซื้ออาหารว่างด้วยตนเอง

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้สูงอายุที่รับประทานอาหารว่างด้วยการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่มีความเต็มใจให้ข้อมูลจากจังหวัดกรุงเทพมหานครด้วยวิธีเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมกับงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Marshall & Rossman, 2014; Patton, 2002) เพราะช่วยให้ผู้วิจัยเลือกผู้ที่ให้ข้อมูลเชิงลึกได้อย่างเหมาะสมเพื่อเข้าใจสถานการณ์ได้อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มผู้สูงอายุ young-old ซึ่งเป็นกลุ่มโดยกลุ่มผู้สูงอายุระดับต้นที่มีอายุระหว่าง 60-69 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มวัยที่ยังเข้าร่วมกิจกรรมกับสังคม (Active Aging) มีรายได้ที่เพียงพอต่อการใช้จ่าย และยังมีพฤติกรรมการบริโภคที่ใกล้เคียงกับกลุ่มวัยทำงานที่ยังรายได้เป็นของตนเอง โดยมีหลักเกณฑ์ที่สำคัญในการพิจารณาคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่จะสัมภาษณ์และไม่สัมภาษณ์ ตามเกณฑ์ที่ได้แสดงในตารางที่ 1

หลังจากได้ข้อมูลการสัมภาษณ์มาแล้ว ข้อมูลเชิงคุณภาพจะถูกนำมาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ ด้วยการใส่รหัสคำ (Coding) ซึ่งเป็นหลักการสำคัญของการวิจัยเชิงคุณภาพ คือการลดทอนข้อมูลจากข้อมูลเชิงคุณภาพจำนวนมากให้สามารถสรุปประเด็นสำคัญของการวิจัยได้ (Glaser & Strauss, 2017) โดยวิธีการลดทอนข้อมูลหลักในการวิจัยเชิงคุณภาพคือการใส่รหัสคำซึ่งเป็นขั้นตอนหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Miles, Huberman, Huberman, & Huberman, 1994; Saldaña, 2015) โดยหลังจากผู้วิจัยได้ถอดเทปบทสัมภาษณ์ออกมาเป็นตัวอักษรและตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจะอ่านบทสัมภาษณ์อย่างละเอียดเพื่อหาประเด็นสำคัญหรือประสบการณ์สำคัญ ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการใส่รหัสคำ ซึ่งหมายถึงการใช้คำสั้นๆ ที่ให้ความหมายถึงประเด็นสำคัญจากข้อมูลดิบ (Basis, 2003; Glaser & Strauss, 2017; Strauss & Corbin, 1997) และนำมาจัดหมวดหมู่คำตอบ เพื่อสะท้อนจากบทสัมภาษณ์ที่ยาวให้เหลือคำสำคัญที่มีความหมายตามวิธีการถอดรหัสคำ (Miles et al., 1994; Saldaña, 2015) โดยมีขั้นตอนย่อย 3 ขั้นตอนคือ

1. การใส่รหัสคำเบื้องต้น (Open Coding) คือ การใช้คำสั้นๆ ที่ให้ความหมายถึงประเด็นสำคัญจากบทสัมภาษณ์ โดยใส่ความหมายให้กับประโยคที่ถูกให้สัมภาษณ์ต้องการสื่อสาร เช่น ผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งพูดว่า “สาเหตุที่ยังเลือกรับประทานขนมอยู่เพราะพยายามไม่ให้ท้องว่างโดยไม่จำเป็น” ผู้วิจัยได้ใส่รหัสคำว่า “เพื่อไม่ให้ท้องว่าง” เป็นต้น

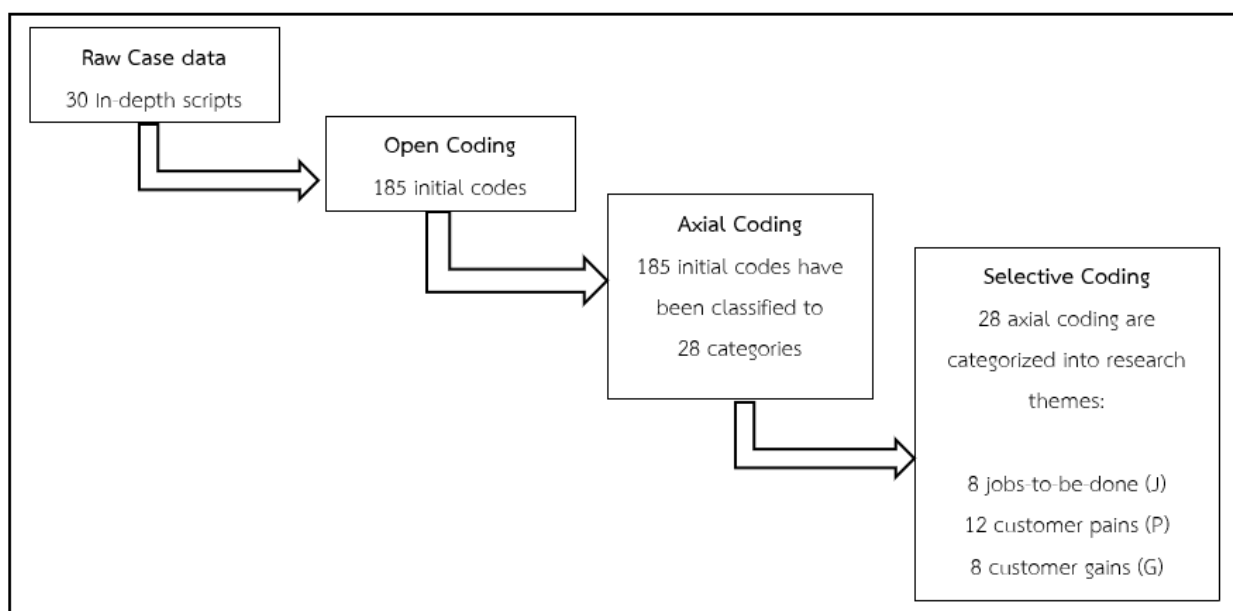
2. การใส่รหัสคำเพื่อเชื่อมโยงข้อมูล (Axial Coding) คือ การหาความสัมพันธ์และความเชื่อมโยงจากรหัสคำเบื้องต้นในขั้นตอนแรก รหัสคำที่มีความหมายใกล้เคียงกันจะถูกจัดเป็นประเด็นเดียวกัน รหัสที่มีความหมายเหมือนกันจะถูกจัดรวมกันเป็นหมวดหมู่และหมวดหมู่ย่อย (Categories and Sub categories) โดยขั้นตอนนี้ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มคำจากรหัสคำเบื้องต้น 178 รหัสออกมาได้เป็นทั้งหมด 28 กลุ่ม หลังจากเสร็จขั้นตอนแรกแล้ว ผู้วิจัยจะเขียนรหัสกลุ่มคำที่แสดงถึงความหมายที่สะท้อนถึงรหัสคำในกลุ่มได้ตรงที่สุด เช่นรหัสคำเบื้องต้น “เพื่อไม่ให้ท้องว่าง” “เพื่อรองท้องให้ไม่หิวข้าว” “ทานขนมแก้หิว” ผู้วิจัยได้ให้รหัสกลุ่มว่า “ทานเพื่อคลายความหิว”

3. การบูรณาการข้อมูลจัดกลุ่ม (Selective Coding) หมวดหมู่และหมวดหมู่ย่อยจากขั้นตอนรหัสแบบเชื่อมโยงข้อมูลจะถูกนำไปในหมวดหมู่หลักที่แสดงถึงปรากฏการณ์หลักที่กำลังศึกษาในงานวิจัย (Strauss & Corbin, 1990) ในขั้นตอนนี้ หมวดหมู่ที่มีความเกี่ยวเนื่องและความเชื่อมโยงกันจะถูกรวบรวมเป็นประเด็นหลัก (Theme) และเปรียบเทียบกับแนวคิด Value Proposition Design Canvas เพื่อพัฒนาแนวคิดเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้สูงอายุให้คุณค่าในอาหารว่างได้อย่างชัดเจน

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้สูงอายุที่ผ่านตามเงื่อนไขเข้าสัมภาษณ์โดยเก็บข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อความเชื่อมั่นในจุดอ้อมตัวของข้อมูล (Data Saturation) อีกจำนวน 10 คน รวมเป็นผู้ถูกสัมภาษณ์ทั้งสิ้น 30 คน เป็นเพศชายจำนวน 14 คน คิดเป็น 47% และเพศหญิงจำนวน 16 คน คิด 53% มีอายุเฉลี่ยที่ 63.8 ปี มีรายได้เฉลี่ย 24,500 บาท โดยมีผู้สูงอายุจำนวน 19 คนที่ยังทำธุรกิจส่วนตัว หรือมีแหล่งรายได้จากตนเอง และผู้สูงอายุจำนวน 11 คน ที่ไม่ได้ทำงานแต่ยังรายได้มาจากบุตรหลานและเงินบำนาญ

หลังจากผู้วิจัยได้ถอดเทปบทสัมภาษณ์แล้ว ได้ใช้กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาได้รหัสคำเบื้องต้นจำนวน 178 รหัส ก่อนจะจัดกลุ่มในขั้นตอนการใส่รหัสคำเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลได้ 28 กลุ่ม และขั้นตอนบูรณาการข้อมูลจัดกลุ่มได้ 28 รหัสออกมาได้เป็นงานที่ต้องการทำให้สำเร็จ (job-to-be-done) 8 ด้าน สิ่งที่ยังไม่ได้รับความสะดวกสบาย (customer pain) 12 ด้าน และ ความคาดหวังในทางบวก (customer gain) 8 ด้าน โดยมีขั้นตอนการถอดรหัสคำดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพอย่างเป็นระบบ

ที่มา: (Marshall & Rossman, 2014; Miles, Huberman, Huberman, & Huberman, 1994; Strauss & Corbin, 1990)

หลังจากผู้วิจัยได้จัดกลุ่มตามขั้นตอนการถอดรหัสแล้ว ผู้วิจัยได้จัดลำดับความสำคัญของสิ่งที่ผู้สูงอายุให้คุณค่าจากรหัสคำที่ผ่านการจัดกลุ่มเพื่อให้ผู้วิจัยทราบถึงความสำคัญในแต่ละประเด็นที่ผู้สูงอายุให้คุณค่าทั้ง 3 ด้าน โดยมีผลดังนี้

งานที่ต้องการทำให้สำเร็จในสินค้าอาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุ

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุให้คุณค่ากับงานที่ต้องการทำให้สำเร็จ 8 ด้านใน 3 หน้าที่หลัก โดยงานที่ผู้สูงอายุให้ความสำคัญเป็นหลักคืองานด้านอารมณ์ (Emotional Job) พบว่าผู้สูงอายุให้คุณค่าใน 3 งานหลัก คือ ทานเพราะรู้สึกได้ย้อนยุคสมัย เช่นผู้สูงอายุท่านหนึ่งกล่าวว่า “ชอบพวกขนมไทย บางทีทานเพราะเราได้ปลูกฝังว่าเราเคยกินตั้งแต่เด็ก พ่อแม่ทำขนมให้กินซึ่งมันเคยลิ้มเคยลองมา บางที่ยังทานเพราะคิดถึงวันเก่าๆ” ทานเพราะความเพลิดเพลิน และ ทานเพราะความสดชื่น ด้านงานตามหน้าที่หลัก (Functional Job) พบว่าผู้สูงอายุให้คุณค่า 4 งาน คือ ทานเพื่อคลายความหิว เช่นผู้ถูกสัมภาษณ์รายหนึ่งกล่าวว่า “เลือกซื้อขนมเพราะทานแก้หิวในระหว่างมื้อเช้า มื้อกลางวัน มื้อเย็นก่อนอาหารมื้อหลัก เพราะพยายามไม่ให้ท้องว่างโดยไม่จำเป็น” ทานเพื่อเสริมมื้อหลัก ทานเพื่อแทนมื้อหลัก ทานเพื่อเป็นของว่าง และให้คุณค่ากับงานด้านสังคม 1 งาน คือ ทานเพราะเข้าสังคม เช่น ผู้ถูกสัมภาษณ์รายหนึ่งกล่าวว่า “สำหรับการทานขนมหวานบางที่เราไม่ได้อยากทาน แต่เวลาเราไปเจอเพื่อน

เราก็เห็นคำถามเราก็ส่งมาทานบ้าง เหมือนเป็นกิจกรรมที่ทำเวลาเจอเพื่อน แต่ถ้าไม่เจอเพื่อนก็จะไม่ทาน ถ้าเราอยู่คนเดียวของ เราจะไม่ทาน”

สิ่งที่ยังไม่ได้รับความสะดวกสบายในสินค้าอาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุ

พบว่าผู้สูงอายุมีสิ่งที่ยังไม่ได้รับความสะดวกสบายหลายประเด็น คือ มีรสชาติหวานไป เช่นผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งที่ว่า “บางอันที่มันน้ำตาลเยอะก็กินไม่ได้เลย กินเข้าไปมีแต่รสหวาน ถ้าหวานๆ กินไปเนี่ยไม่ชอบเลย ถึงเราอยากกินขนมแต่ไม่ได้ อยากกินหวานขนาดนี้” มีความมันมากเกินไป มีผงชูรสเยอะไป รสชาติไม่อร่อย บรรจุภัณฑ์แกะยากและขนาดไม่เหมาะสม ไม่คุ้นเคยกับอาหารสมัยใหม่ ทานแล้วมือสกปรก เกือบได้ไม่นาน อาหารไม่เหมาะกับโรคประจำตัว เช่นผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งกล่าวว่า “ตัวเองเป็นเบาหวานอยู่เลยทำให้เราทานขนมไม่ได้ ทั้งๆ ที่จริงอยากทานนะ แต่ลูกๆ ก็จะคอยเตือนว่าเป็นเบาหวานทานบ่อยไม่ได้ หมอสั่งควบคุม” ราคาแพง กังวลอันตรายต่อสุขภาพและ กังวลเกี่ยวกับการเคี้ยว โดยประเด็นทั้งหมดของสิ่งที่ยังไม่ได้รับความสะดวกสบายอาจแบ่งย่อยออกได้เป็นความเสี่ยง (Risks) ปัญหา (Problems) และอุปสรรค (Obstacle) ได้อีก อย่างไรก็ตาม ความแตกต่างระหว่างปัจจัยย่อยของสิ่งที่ยังไม่ได้รับความสะดวกสบายไม่ได้เป็นประเด็นสำคัญเท่ากับปัจจัยย่อยของงานที่ต้องการทำให้สำเร็จ จึงไม่ได้อภิปรายเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยย่อยในผลวิจัย

ความคาดหวังในทางบวกในสินค้าอาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุ

ผลจากการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุมีความคาดหวังในทางบวก คือ รสชาติอร่อยถูกปาก และมีประโยชน์ต่อสุขภาพ เช่นผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งกล่าวว่า “เวลาจะกินอาหารว่างพวกนี้ก็ดูเน้นเรื่องสุขภาพตัวเองด้วยว่ากินแล้วดีต่อสุขภาพตัวเองไหม ถ้ามีขนมที่กินเท่าไรก็ไม่กังวลต่อสุขภาพก็จะชอบมากๆ เพราะเราก็อายุมากแล้วก็ต้องสนใจเรื่องสุขภาพตลอด” นอกจากนี้ผู้สูงอายุยังมีความคาดหวังคือ มีความปลอดภัย เช่นผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งกล่าวว่า “สิ่งสำคัญเลยคือต้องปลอดภัย อาหารทุกอย่างถ้าใส่สารเคมีเยอะ พวกสารกันบูดอะไรนี่จะไม่ดี เวลากินอาหารพวกนี้จะพยายามเลือกอาหารที่ทำสดใหม่เพราะปลอดภัยกับร่างกายมากกว่า เช่นขนมที่ไม่ใส่สารกันบูดจะชอบมาก” รสชาติไม่หวานมากเกินไป รสชาติต้องหวาน ทำจากผลไม้ กลืนง่ายไม่ติดคอ และ ขนาดเหมาะสมทานครั้งเดียว และเช่นเดียวกับสิ่งที่ยังไม่ได้รับความสะดวกสบาย ความคาดหวังในทางบวกแบ่งออกได้เป็นสิ่งที่จำเป็นต้องมี (Required Gains) สิ่งที่คาดหวังว่าต้องมี (Expected Gains) และสิ่งที่คาดหวังอยากให้มี (Desired Gains) ได้อีก แต่ความแตกต่างระหว่างปัจจัยย่อยไม่ได้เป็นประเด็นสำคัญเท่ากับปัจจัยย่อยของงานที่ต้องการทำให้สำเร็จ ผู้วิจัยจึงไม่ได้อภิปรายเพิ่มเติมประเด็นย่อยในผลวิจัยเช่นกัน โดยผมจากจัดลำดับความสำคัญทั้ง 3 ประเด็นได้แสดงสรุปไว้ในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สิ่งที่ผู้สูงอายุให้คุณค่าและการจัดลำดับความสำคัญ

ประเด็นหลัก	สิ่งที่ผู้สูงอายุให้คุณค่า (Customer Value)	ปัจจัยย่อย	ความถี่ (คน)	ร้อยละ
งานที่ต้องการทำให้สำเร็จ Job-to-be-Done	J6 ทานเพราะรู้สึกได้ย้อนยุคสมัย	Emotional Job	16	30.19
	J7 ทานเพื่อความเพลิดเพลิน	Emotional Job	9	16.98
	J8 ทานเพื่อความสดชื่น	Emotional Job	8	15.09
	J1 ทานเพื่อคลายความหิว	Functional Job	7	13.21
	J2 ทานเพื่อเสริมมือหลัก	Functional Job	4	7.55
	J3 ทานแทนอาหารมื้อหลัก	Functional Job	3	5.66
	J4 ทานเพื่อเป็นของว่าง	Functional Job	3	5.66
	J5 ทานเพื่อเข้าสังคม	Social Job	3	5.66
รวม			53	100

ตารางที่ 2 สิ่งที่สูงอายุให้คุณค่าและการจัดลำดับความสำคัญ (ต่อ)

สิ่งที่ยังไม่ได้รับ ความสะดวกสบาย Customer Pain	P11 กังวลอันตรายต่อสุขภาพ	Risks	13	20.31
	P9 อาหารไม่เหมาะกับโรคประจำตัว	Obstacles	8	12.50
	P12 กังวลเกี่ยวกับการเคี้ยว	Risks	7	10.94
	P3 มีผงซุสเยอะไป	Problems	6	9.38
	P4 รสชาติไม่อร่อย	Problems	6	9.38
	P1 มีรสชาติหวานไป	Problems	5	7.81
	P7 ทานแล้วมือสกปรก	Problems	5	7.81
	P6 ไม่คุ้นเคยกับขนมสมัยใหม่	Problems	4	6.25
	P8 เก็บได้ไม่นาน	Problems	4	6.25
	P2 มีความมันมากเกินไป	Problems	3	4.69
	P10 ราคาแพง	Obstacles	2	3.13
	P5 บรรจุภัณฑ์แกะยากและขนาดไม่เหมาะสม	Problems	1	1.56
รวม			64	100
ความคาดหวังในทางบวก Customer Gain	G1 รสชาติอร่อยถูกปาก	Required Gains	15	26.32
	G7 มีประโยชน์ต่อสุขภาพ	Desired Gains	13	22.81
	G2 มีความปลอดภัย	Required Gains	6	10.53
	G3 รสชาติไม่หวานเกิน	Expected Gains	6	10.53
	G6 ทำจากผลไม้	Desired Gains	6	10.53
	G4 รสชาติต้องหวาน	Expected Gains	5	8.77
	G5 กลืนง่ายไม่ติดคอ	Expected Gains	3	5.26
	G8 ขนาดเหมาะทานครั้งเดียว	Desired Gains	3	5.26
รวม			57	100

อภิปรายผลและสรุปผล

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยวิชาการเชิงประยุกต์ (Applied Research) โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งเป็นกระบวนการที่เหมาะสมสำหรับการศึกษารูฏเกิดใหม่ที่ยังขาดการวิจัยเชิงประยุกต์อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะปัญหาสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมสำหรับธุรกิจเกิดใหม่เช่นอาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุคือการขาดความรู้ความเข้าใจในผู้บริโภคเชิงลึกอย่างแท้จริง เช่น ไม่เข้าใจว่าลูกค้าต้องการสินค้าไปเพื่อใช้ทำอะไร หรือไม่ทราบความไม่สะดวกสบายที่ผู้บริโภคได้รับในสินค้าปัจจุบัน เป็นต้น ซึ่งเป็นหนึ่งในสาเหตุหลักที่ทำให้การพัฒนานวัตกรรมใหม่ล้มเหลวถึง 72% (Ramanujam & Tacke, 2016) ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ไม่สามารถค้นพบได้ด้วยกระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ การสร้างนวัตกรรมอาหารว่างเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุจึงจำเป็นต้องใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับผู้บริโภคเช่นงานวิจัยฉบับนี้จึงจะช่วยให้เห็นนวัตกรรมใหม่ประสบความสำเร็จในธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

ผู้วิจัยยังได้ค้นพบประเด็นที่น่าสนใจจากผลการศึกษา คือ ผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับงานด้านอารมณ์มากกว่างานตามหน้าที่และงานด้านสังคม ดังผลวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุให้ความสำคัญกับการกินอาหารว่างเพื่อย้อนยุคสมัยมากกว่าด้านอื่น เช่น เพื่อเป็นของว่างหรือเพื่อแทนอาหารมื้อหลัก ซึ่งเป็นผลวิจัยที่ค้นพบประเด็นใหม่เพิ่มเติมจากงานวิจัยอื่น เช่น งานวิจัยของพิรพัศ อึ้งประเสริฐและคณะ (2561) ที่พบว่าผู้สูงอายุยังให้ความสำคัญกับรสชาติอาหารเป็นอันดับแรก และงานวิจัยของวิทยาลัย

การจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ที่พบว่า ผู้สูงอายุพิจารณาอาหารเป็นอันดับหนึ่งในการเลือกร้านอาหาร (วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2561) ซึ่งสาเหตุอาจเป็นเพราะงานวิจัยดังกล่าวเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ จึงไม่ได้ศึกษาเจาะลึกถึงงานด้านอารมณ์ซึ่งเหมาะสมกับงานวิจัยเชิงคุณภาพมากกว่า งานวิจัยฉบับนี้จึงเป็นงานวิจัยวิชาการฉบับแรกที่แสดงถึงงานด้านอารมณ์ในอาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นผลวิจัยที่องค์กรธุรกิจสามารถนำไปใช้ในการออกแบบคุณค่าให้สอดคล้องกับผลการศึกษา โดยเฉพาะการออกแบบสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการทำให้สำเร็จโดยเน้นงานด้านอารมณ์เป็นหลัก เช่น อาหารว่างเพื่อให้ผู้สูงอายุรู้สึกได้ย้อนยุคสมัยไปสมัยตนเป็นเด็ก ซึ่งการออกแบบเพื่อคำนึงถึงงานด้านอารมณ์เป็นหลักนี้เป็นสิ่งที่องค์กรธุรกิจมักจะละเลยไม่คำนึงถึงในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่กลับเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้สูงอายุซื้อสินค้าและบริการของเราได้มากกว่างานที่แท้จริงเสียอีก (Christensen, Hall, Dillon, & Duncan, 2016) ผู้ผลิตสามารถนำปัจจัยเหล่านี้ไปใช้ประกอบการวางแผนทางการตลาดและกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผลของงานวิจัยได้

งานวิจัยฉบับนี้ยังสามารถช่วยให้องค์กรธุรกิจนำผลการศึกษาซึ่งที่ผู้บริโภคมีความยุ่งยากในปัจจุบัน และสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังในทางบวก ไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่โดยเฉพาะเจาะจงเพื่อแก้ไขความไม่สะดวกสบายของลูกค้า (Pain Reliever) เช่น การออกแบบอาหารว่างที่ลดความกังวลด้านการเคี้ยว และสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความคาดหวังในทางบวกของผู้บริโภค (Gain Creator) ในอาหารว่างของผู้สูงอายุ เช่น ออกแบบอาหารว่างที่ผู้สูงอายุไม่ต้องกังวลเรื่องการติดคอ ซึ่งเป็นแนวทางการออกแบบคุณค่าที่องค์กรภาคธุรกิจนิยมใช้ในการออกแบบนวัตกรรมใหม่เพื่อแก้ไขความยุ่งยากของลูกค้าในปัจจุบัน (Martin, 2011) ผลจากงานวิจัยชิ้นนี้จึงช่วยให้องค์กรธุรกิจและนักวิชาการใช้เป็นแนวทางการค้นหาความไม่สะดวกสบายของลูกค้าและความคาดหวังในทางบวกของผู้บริโภคอย่างเป็นระบบและถูกต้องตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพได้อย่างชัดเจนขึ้น

นอกจากนี้การที่องค์กรธุรกิจสามารถนำผลวิจัยไปใช้ออกแบบคุณค่าของอาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุเพื่อตอบสนองต่อสิ่งที่ผู้สูงอายุให้คุณค่าจะทำให้ผู้ผลิตสามารถสร้างความสอดคล้องระหว่างวิธีแก้ปัญหากับปัญหา (Problem-solution Fit) ซึ่งเป็นหนึ่งในขั้นตอนที่สำคัญในการสร้างนวัตกรรมธุรกิจใหม่หรือการออกแบบสินค้าและบริการใหม่ (Osterwalder et al., 2014; Ries, 2011) โดยหากสินค้าใหม่ไม่สามารถตอบโจทย์สิ่งที่ผู้บริโภคให้คุณค่าได้แสดงว่าสินค้านั้นมีโอกาสูงที่จะไม่ประสบความสำเร็จในตลาด แต่หากธุรกิจสามารถสร้างความสอดคล้องระหว่างวิธีแก้ปัญหากับปัญหาได้ จะเป็นการยืนยันได้ว่าสินค้าและผลิตภัณฑ์นั้นเหมาะสมที่นำไปทดสอบตลาดเพื่อดูว่ามีความสอดคล้องกับตลาด (Product-Market Fit) และสอดคล้องด้านโมเดลธุรกิจ (Business Model Fit) ได้ขั้นถัดไปตามลำดับ ผลการศึกษาจากงานวิจัยนี้จึงเป็นก้าวแรกที่องค์กรธุรกิจสามารถนำไปพัฒนาสร้างนวัตกรรมอาหารสำหรับผู้สูงอายุได้ตรงกับสิ่งที่ผู้บริโภคให้คุณค่า

ข้อเสนอแนะ

1. ธุรกิจที่ผลิตอาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุควรออกแบบสินค้าและบริการเพื่อให้ตอบสนองกับงานด้านอารมณ์ของผู้สูงอายุมากขึ้น เช่น การออกแบบสินค้าให้ใกล้เคียงกับยุคที่ผู้สูงอายุยังเป็นเด็ก หรือการผลิตอาหารว่างย้อนยุคที่ช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถระลึกถึงวัยเด็กหรือวัยหนุ่มสาวของผู้สูงอายุได้ ตามผลวิจัยที่พบว่าผู้สูงอายุกินอาหารว่างเพื่อต้องการได้ย้อนยุคสมัย ซึ่งงานด้านอารมณ์สามารถเป็นปัจจัยหลักที่ช่วยให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าและบริการได้มากกว่างานตามหน้าที่หลักเช่นกัน (Osterwalder et al., 2014)

2. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุควรให้ความสำคัญในการทำความเข้าใจสิ่งที่ยังไม่ได้รับความสะดวกสบายในอาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุอย่างลึกซึ้งเนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้สูงอายุตัดสินใจไม่กินอาหารว่าง โดยเฉพาะประเด็นความกังวลกับสุขภาพ ธุรกิจจึงควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการออกแบบสินค้าที่แก้ไขสิ่งที่ยังไม่ได้รับความสะดวกสบายในปัจจุบันเหล่านี้ได้ เช่น การผลิตอาหารว่างเล่นที่มีฉลากแสดงอย่างชัดเจนว่าปลอดภัยสำหรับโรคความดัน อาหารว่างเฉพาะคนเป็นโรคเบาหวาน เป็นต้นหรือการพัฒนาอาหารว่างเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่ใส่ฟันปลอมหรือมีปัญหาในการเคี้ยว เนื่องจากเป็นอุปสรรคสำคัญของผู้สูงอายุในการกินอาหารว่าง เป็นต้น

3. ธุรกิจที่ผลิตอาหารว่างสำหรับผู้สูงอายุควรศึกษาผลวิจัยเกี่ยวกับความคาดหวังในทางบวก โดยเฉพาะความคาดหวังในสิ่งที่จำเป็นต้องมี และความคาดหวังในสิ่งที่คาดหวังว่าต้องมี เนื่องจากเป็นความคาดหวังพื้นฐานที่ผู้สูงอายุต้องการจากการกินอาหาร

ว่าง เช่นการผลิตอาหารว่างที่มีระดับความหวานที่หลากหลาย เนื่องจากผู้สูงอายุมีความคาดหวังทั้งต้องการอาหารว่างที่ต้องมีรสชาติหวาน และต้องการอาหารว่างที่ไม่หวานเกินไป ดังนั้นการออกแบบสินค้าเพื่อผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มย่อย (personalize products) จะช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองต่อสิ่งที่ผู้สูงอายุให้คุณค่าด้านความคาดหวังได้อย่างตรงประเด็น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

บรรณานุกรม

- มโนลี ศรีเปารยะ เพ็ญพงษ์. (2560). พฤติกรรมการบริโภคอาหารส่งผลต่อสุขภาพของผู้สูงอายุในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารศรีวันาลัยวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 7(2), 90-103.
เข้าถึงจาก http://journalrldi.ubru.ac.th/article_files/1520517555.pdf
- พิรพัทธ์ อึ้งประเสริฐ, ประพิณวดี ศิริสุลักษณ์, & สันติ แสงเลิศไสว. (2561). คุณลักษณะอาหารสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. *เอกสารประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTCC Academic Day ครั้งที่ 2*, 736-747. เข้าถึงจาก <https://scholar.utcc.ac.th/handle/6626976254/3836>
- วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล. (2561). *อาวุโส โซไซตี้ (AWUSO Society) 4.0 แก่แต่วัย หัวใจยังเฝ้า*.
เข้าถึงจาก <https://www.facebook.com/AWUSOSOCIETY/>
- สุพรรณิ พุกษา, และสุวรีย์ ศรีบุญ. (2561). พฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้สูงอายุที่มีสุขภาพดีในหมู่บ้านวัฒนธรรมนาอ้อ ตำบลนาอ้อ จังหวัดเลย. *อาหารและโภชนาการ*, 25(3), 67.
เข้าถึงจาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/jdpc7kk/article/view/166739/120386>
- ทวีศิลป์ ศรีอักษร. (2551). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารของผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: กรุงเทพมหานคร. เข้าถึงจาก <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/19736>
- อรอนพ เรืองกัลปวงศ์ และ สราวรรณ เรืองกัลปวงศ์. (2556). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารสุขภาพของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. *Journal of Multidisciplinary in Social Sciences*, 11(2), 77-94.
เข้าถึงจาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/sduhs/article/view/78028>
- Basit, T. (2003). Manual or electronic? The role of coding in qualitative data analysis. *Educational research*, 45(2), 143-154.
- Bitsch, V. (2005). Qualitative research: A grounded theory example and evaluation criteria. *Journal of agribusiness*, 23(345-2016-15096), 75-91.
- Christensen, C. M., Hall, T., Dillon, K., & Duncan, D. S. (2016). Know your customers' jobs to be done. *Harvard Business Review*, 94(9), 54-62.
- Gallagher, K. (2008). *The methodological dilemma: Creative, critical and collaborative approaches to qualitative research: Routledge*.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (2017). *Discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research: Routledge*.
- Kotler, P. (2017). Customer Value Management. *Journal of Creating Value*, 3(2), 170-172.
- Leek, S., Szmigin, I., & Carrigan, M. (2001). Older consumers and food innovation. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 12(1), 71-89.

- Levitt, H. M., Bamberg, M., Creswell, J. W., Frost, D. M., Josselson, R., & Suárez-Orozco, C. (2018). Journal article reporting standards for qualitative primary, qualitative meta-analytic, and mixed methods research in psychology: The APA Publications and Communications Board task force report. *American Psychologist*, 73(1), 26.
- Mack, N. (2005). *Qualitative research methods: A data collector's field guide*.
- Mariampolski, H. (2001). *Qualitative market research*. Sage.
- Marshall, C., & Rossman, G. B. (2014). *Designing qualitative research*. Sage publications.
- Martin, R. L. (2011). The innovation catalysts. *Harvard Business Review*, 89(6), 82-87.
- Maylor, H., Blackmon, K., & Huemann, M. (2016). *Researching business and management*. Macmillan International Higher Education.
- Miles, M. B., Huberman, A. M., Huberman, M. A., & Huberman, M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook*. sage.
- Mingioni, M., Mehinagic, E., Laguna, L., Sarkar, A., Pirttijärvi, T., Van Wymelbeke, V., Järvenpää, E. (2016). Fruit and vegetables liking among European elderly according to food preferences, attitudes towards food and dependency. *Food Quality and Preference*, 50, 27-37.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value proposition design: How to create products and services customers want*. John Wiley & Sons.
- Patton, M. Q. (2002). *Qualitative evaluation and research methods*. SAGE Publications, inc.
- Ramanujam, M., & Tacke, G. (2016). *Monetizing innovation: how smart companies design the product around the price*. John Wiley & Sons.
- Ries, E. (2011). *The lean startup: How today's entrepreneurs use continuous innovation to create radically successful businesses*. Currency.
- Saldaña, J. (2015). *The coding manual for qualitative researchers*. Sage.
- Shahrin, F. I. M., Omar, N., Daud, Z. A. M., & Zakaria, N. F. (2019). Factors associated with food choices among elderly: a scoping review. *Journal of the Nutrition Society of Malaysia*, 25(2), 185.
- Shin, K.-J., Lee, E. J., & Lee, S.-J. (2016). Study on demand elderly foods and food preferences among elderly people at senior welfare centers in Seoul. *Journal of the East Asian Society of Dietary Life*, 26(1), 1-10.
- Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research*. Sage publications.
- Strauss, A., & Corbin, J. M. (1997). *Grounded theory in practice*. Sage.
- Woo, K.-J., Chyun, J.-H., & Choe, E.-O. (2002). Food preferences of the elderly living in Incheon area. *Journal of the Korean Society of Food Culture*, 17(1), 78-89.
- Woodruff, R. B. (1997). Customer value: the next source for competitive advantage. *Journal of the academy of marketing science*, 25(2), 139.
- Yin, R. K. (2017). *Case study research and applications: Design and methods*. Sage publications.
- Yoon, C., Cole, C. A., & Lee, M. P. (2009). Consumer decision making and aging: Current knowledge and future directions. *Journal of Consumer Psychology*, 19(1), 2-16.

นวัตกรรมการสรรหาคนที่ “ใช่”: กระแสโลกและความท้าทายของราชการไทย

Innovations in Recruitment of the “Right” Person: Global Trends and Challenges for the Thai Government

สุชานุช พันธ์นิยะ¹ และพฤต ยวนแหล²

Suchanoot Phantaneeya and Prut Yuanlae

^{1,2} อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (การจัดการรัฐกิจ) คณะพาณิชยศาสตร์และการจัดการ

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง

E-mail: suchanoot.p@psu.ac.th, prut.y@psu.ac.th

บทคัดย่อ

การที่ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุส่งผลให้กำลังแรงงานในองค์กรต่าง ๆ รวมถึงภาคราชการจะต้องสูญเสียบุคลากร Gen BB ที่เกษียณอายุงานไปพร้อมกับองค์ความรู้ ประสบการณ์และเทคนิค และแทนที่ด้วยบุคลากร Gen Y ซึ่งมีผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าอายุเฉลี่ยของข้าราชการพลเรือนสามัญ คือ 43.03 ปี และข้าราชการที่มีอายุอยู่ในกลุ่ม Gen Y มีร้อยละ 39.9 ด้วยเหตุนี้การสรรหาบุคลากรโดยเฉพาะ Gen Y เพื่อแทนที่บุคลากร Gen BB ที่กำลังทยอยเกษียณอายุงาน จึงเป็นเรื่องที่ท้าทายสำหรับนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่จะต้องค้นหานวัตกรรมเพื่อเป็นตัวช่วยในการสรรหาด้วยวิธีการดึงดูดบุคลากรในกลุ่มคน Gen Y ที่มีคุณสมบัติที่ “ใช่” เข้าทำงานในระบบราชการไทย เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของระบบราชการไทยต่อไปในท่ามกลางกระแสโลกแห่งการแข่งขันในศตวรรษที่ 21

จากกรณีศึกษาการนำนวัตกรรมการสรรหามาใช้ อย่างเช่น การสร้างแบรนด์นายจ้าง (Employer Branding) ที่ปรากฏในคู่มือ The Singapore Public Service ของภาครัฐสิงคโปร์ และการนำนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี Gamification มาประยุกต์ใช้ในบริษัท HCL Technology ประเทศอินเดีย พบว่า นวัตกรรมทั้งสองรูปแบบ ต่างก็มีจุดเด่นในการดึงดูดกลุ่มคน Gen Y เข้ามาสมัครงาน ซึ่งภาคราชการไทยไม่ควรมองข้ามในการนำมาประยุกต์ใช้เพื่อการสรรหาบุคลากรเข้าสู่ระบบราชการไทยต่อไป

คำสำคัญ: นวัตกรรม การสรรหา เจเนอเรชันวาย ราชการไทย

Abstract

Since Thailand has become an aging society, a share of the older workforce both in the governmental and private organizations is increasing. When the Baby Boomer (Gen BB) reach their retirement age and leave the organizations, it could be a great lost of experienced and knowledgeable workers, which Generation Y (Gen Y) could be incomparable. Studies has revealed that the average age of Thai civil servants is 43.03 while Gen Y servants account for 39.9 percent of the total number of servants. For these reasons, recruitment of Gen Y as a replacement for Gen BB who are retiring could be challenging for Human Resources professionals. They need to come up with innovations in attracting the ‘right’ Gen Y person to the Thai government, for the purpose of efficiency and effectiveness of the Thai civil service system on the global competitiveness in the 21st century.

According to case studies of innovations in recruitment such as employer branding used by the Singapore Public Service and Gamification employed by HCL Technology in India, the two innovations could attract Gen Y candidates. Accordingly, the Thai government should take these techniques into account to recruit new generations of government officials.

Keywords: Innovations, Recruitment, Generation Y, Thai Government

บทนำ

รัฐบาลไทยได้วางเป้าหมายในการนำพาประเทศเข้าสู่โมเดล “ประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0)” ที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่แข่งขันและขับเคลื่อนด้วยความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ดังนั้นเมื่อเศรษฐกิจของประเทศเกิดการเปลี่ยนแปลง ภาคธุรกิจรวมถึงภาครัฐย่อมต้องเปลี่ยนแปลงตาม โดยเฉพาะในด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่ต้องปรับตัวเพื่อให้องค์กรสามารถเติบโตภายใต้บริบทใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ นั้นหมายความว่า นักบริหารทรัพยากรมนุษย์ทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนต้องมีการคาดการณ์ล่วงหน้า เพื่อเตรียมรับมือกับแนวโน้มที่สำคัญที่กำลังเกิดขึ้น เช่น การที่ประเทศจะต้องเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งผลให้องค์กรจะต้องสูญเสียบุคลากร Generation Baby Boomers (Gen BB) ซึ่งเป็นคนที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1946-1964 ที่เกษียณอายุงานไปพร้อมกับองค์ความรู้ ประสบการณ์และเทคนิคที่องค์กรนั้นจะต้องสูญเสียไปด้วย และแทนที่ด้วยกลุ่มคน Generation X (คนที่เกิดระหว่าง ค.ศ. 1965-1979) และกลุ่มคน Generation Y (คนที่เกิดระหว่าง ค.ศ. 1980 - 1996) (Bradley S. Jorgensen, 2003) ในประเด็นนี้ สุรพงษ์ มาลี (2556) ได้อธิบายถึงสภาพปัญหาการบริหารกำลังคนในภาครัฐว่า ในระบบราชการไทยได้เผชิญกับการเข้าสู่การเป็นระบบราชการสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) กล่าวคือ อายุเฉลี่ยของข้าราชการพลเรือนสามัญ คือ 43.03 ปี โดยกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ข้าราชการมีอายุเฉลี่ยสูงสุด คือ 46.81 ปี และกระทรวงสาธารณสุข ข้าราชการมีอายุเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ 41.56 ปี โดยข้าราชการที่มีอายุในกลุ่มที่สูงกว่า Gen Y มีจำนวนมากถึงร้อยละ 58.42 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นตำแหน่งประเภทผู้อำนวยการหรือประเภทบริหาร และเมื่อพิจารณาการบรรจุข้าราชการ พลเรือนสามัญในปี 2562 พบว่า มีจำนวน 17,375 คน ในขณะที่การสูญเสีย ซึ่งหมายถึงการเกษียณอายุราชการ การลาออก การออกด้วยเหตุผิดวินัย และเสียชีวิต มีจำนวน 12,122 คน โดยร้อยละ 48.89 เป็นกลุ่มที่สมัครใจลาออก (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2562)

จากสถานการณ์ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ประเด็นหลักที่นักบริหารทรัพยากรมนุษย์ต้องถือเป็นภารกิจที่ต้องดำเนินการโดยเร่งด่วน คือ การสรรหาบุคลากรโดยเฉพาะ Gen Y ซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างไปจากกลุ่มคน Gen BB คือ เป็นกลุ่มคนที่โตมาพร้อมกับคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยี และเป็นวัยที่เพิ่งเริ่มเข้าสู่การทำงานมีลักษณะนิสัยที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง กล้าแสดงออก ไม่ชอบเงื่อนไขและไม่ชอบอยู่ในกรอบ ต้องการความชัดเจนในการทำงานว่าทุกอย่างที่ตนได้ทำลงไปนั้นได้ส่งผลดีต่อตนเองและองค์กรอย่างไร ตลอดจนมีความสามารถในการทำงานหลายๆ อย่างได้พร้อมกันในเวลาเดียวกัน (PWC, 2013) เพื่อแทนที่บุคลากร Gen BB ที่กำลังทยอยเกษียณอายุงานไปในอนาคตอันใกล้ ซึ่งแน่นอนว่าเป็นเรื่องที่ทำนายสำหรับนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่จะต้องสร้างกลยุทธ์ ค้นหาวิธีการเพื่อเป็นตัวช่วยในการสรรหาบุคลากรในกลุ่มคน Gen Y ที่มีศักยภาพสูงด้วยวิธีการที่ดึงดูดความสนใจของคนเหล่านั้นให้เลือกสมัครเข้าทำงานเป็นข้าราชการพลเรือนในระบบราชการไทย เพื่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลของระบบราชการไทยต่อไปในท่ามกลางกระแสโลกแห่งการแข่งขันในศตวรรษที่ 21

จากสิ่งที่กล่าวไปแล้วข้างต้น ผู้เขียนมองว่าเป็นสิ่งที่ท้าทายของนักบริหารทรัพยากรมนุษย์ในยุคนี้ที่จะต้องเผชิญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน ซึ่งมีหน้าที่ในการสรรหาบุคคลเพื่อเป็นข้าราชการพลเรือนสามัญมาปฏิบัติราชการในกระทรวง ทบวง กรมฝ่ายพลเรือน ตามพระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการพลเรือน 2551 (ลักษณะ 4 ข้าราชการพลเรือนสามัญ หมวด 3 การสรรหา บรรจุ และการแต่งตั้ง) ด้วยเหตุนี้ บทความนี้ผู้เขียนจึงมุ่งวิเคราะห์ลักษณะพฤติกรรมของคน Gen Y และนำเสนอแนวทางการสรรหาที่สอดคล้องกับคน Gen Y โดยยกตัวอย่างกรณีศึกษาจากองค์กรรางวัลระดับโลกมาประกอบ พร้อมอธิบายปัจจัยแห่งความสำเร็จและวิเคราะห์แนวทางในการนำนวัตกรรมดังกล่าวมาประยุกต์ใช้สำหรับการสรรหาบุคลากรเพื่อเป็นข้าราชการพลเรือนในระบบราชการต่อไป

ลักษณะที่โดดเด่นของคนเจนเอชวันวาย

Gen Y (หรือ “Millennials” หรือ “Echo Boomers” หรือ “Nexters”) เป็นกลุ่มคนที่เกิดในช่วงปี ค.ศ. 1980 ถึง ค.ศ. 1996 (โดยประมาณ) ซึ่งจะมีอายุประมาณ 25-41 ปีในปัจจุบัน (ค.ศ. 2021) ในช่วงเวลาดังกล่าวนั้นเกิดความตื่นตัวด้านกระแสทัวก้าวหน้า ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่มีอย่างรวดเร็วทั้งในการใช้ชีวิตและการทำงาน ซึ่งต่างจากคนรุ่นก่อน คือ Gen X (เกิดช่วงปี ค.ศ. 1965-1979) ที่เทคโนโลยีเป็นเหมือนแค่ความฝันในโลกอนาคต ดังนั้นการทำงานกับคน Gen Y จึงต้องมีความเข้าใจลักษณะและความคาดหวังของคนรุ่นนี้ ซึ่งแตกต่างไปจากคนรุ่นก่อน ทั้งนี้จากการศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยต่างๆ ได้อธิบายถึงบุคลิกที่โดดเด่นของคน GEN Y ไปในทิศทางเดียวกัน (สมาคมปริญญาโทสำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2016; กมลพร สอนศรี, 2558; ศูนย์สรรหาและเลือกสรร สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, มปป.; วิไลพร ทวีลาภพันทอง, 2556; ทับขวัญ หอมจำปา, 2557) ว่า

(1) มีความเชื่อมั่นในตัวเอง รักอิสระ และต้องการความยืดหยุ่น ความเชื่อมั่นในตนเองเป็นสิ่งที่ดี แต่บางครั้งก็เกิดผลเสียกับคนกลุ่มนี้ในที่ทำงานเช่นกัน เนื่องจากผู้บังคับบัญชาหรือผู้บริหารอาจรู้สึกว่าคุณกลุ่มนี้ไม่เชื่อฟัง ซึ่งในความจริงแล้วเขาเพียงต้องการความชัดเจนในการสั่งงาน รวมถึงการสนับสนุนของผู้บังคับบัญชา และในขณะเดียวกันก็ต้องการอิสระและความยืดหยุ่นในการทำงานในรูปแบบและกระบวนการของตนเอง เขาต้องการให้ผู้บริหารบอกว่าต้องการอะไร และให้อิสระในการตัดสินใจกับพวกเขาเท่านั้น อย่างไรก็ตามคน Gen Y จะเป็นผู้มีความเชื่อมั่นอย่างเปี่ยมล้น แต่พวกเขาก็ชอบการทำงานร่วมกันกับคนอื่น ๆ ในขณะเดียวกันก็สามารถทำงานคนเดียวได้ ในประเด็นนี้ กมลพร สอนศรี (2558) วิจัยพบว่าคน Gen Y ชอบทำงานแบบร่วมมือมากกว่าแข่งขัน และผลการศึกษาของศูนย์สรรหาและเลือกสรร สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (มปป.) ซึ่งศึกษาความคาดหวังต่องานของช่วงวัยต่าง ๆ พบว่า กลุ่มคน Gen Y มีความคาดหวังต่อลักษณะงานที่มีความชัดเจน ต้องการความอิสระในการคิดริเริ่มงานได้เอง ดังนั้นการวางแผนเพื่อตอบรับบุคลิกที่พิเศษของคนกลุ่มนี้จึงควรที่จะปล่อยให้คน Gen Y ได้ทำงานในวิธีการของเขาเอง ให้ความยืดหยุ่นในแนวทางปฏิบัติและระยะเวลาที่เพียงพอ ขณะเดียวกันผู้บริหารควรสังเกต ให้ออกาส และให้ความยืดหยุ่นกับการเปลี่ยนแปลงระหว่างตำแหน่ง หน้าที่ ส่วนงาน หรือแม้แต่สถานที่ทำงานของคน Gen Y เพื่อที่พวกเขาจะได้เติบโตด้านทักษะและสั่งสมประสบการณ์เพื่อความเจริญก้าวหน้าขององค์กรในอนาคต ด้วยเหตุนี้การสรรหาคน Gen Y เข้ามาทำงานในองค์กร โดยเฉพาะในส่วนราชการต้องเริ่มจากนโยบายขององค์กรในการปรับภาพลักษณ์ขององค์กร และภาพลักษณ์ของตำแหน่งงานให้มีลักษณะที่ยืดหยุ่น เน้นการทำงานเป็นทีมเพื่อสู่เป้าหมายขององค์กร โดยเปิดโอกาสให้บุคลากรได้คิดริเริ่มวิธีการใหม่ ๆ ในการทำงานได้อย่างอิสระ เน้นผลลัพธ์ของงานมากกว่าวิธีการปฏิบัติงาน เป็นต้น

(2) มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยี คน Gen Y เกิดมาพร้อมกับการพัฒนาของเทคโนโลยี พวกเขาไม่ต้องการเป็นเพียงผู้ใช้เทคโนโลยี แต่ต้องการเป็นผู้สร้างสรรค์ด้วยเทคโนโลยี เพราะเขาเห็นความเปลี่ยนแปลงของโลกที่เกิดขึ้นจากเทคโนโลยีในช่วงอายุของพวกเขา ดังนั้นจึงเป็นปกติที่เขาจะต้องการรู้ข้อมูลจากองค์กรมากไปกว่าการรู้เรื่องเงินเดือนและสวัสดิการต่างๆ เช่น ต้องการรู้ว่องครที่เขาร่วมงานด้วยนั้นมีการใช้และให้การสนับสนุนเทคโนโลยีต่าง ๆ มากน้อยเพียงใด ซึ่งในประเด็นนี้ศูนย์สรรหาและเลือกสรร สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (มปป.) อธิบายว่า คน Gen Y มีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้และพัฒนาตนเองเพิ่มเติมทั้งในด้านภาษาและด้านเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับ วิไลพร ทวีลาภพันทอง (2556) ที่ปรึกษาบริษัท PwC Consulting ประเทศไทย กล่าวถึงผลสำรวจ Next Gen : A global generational study 2013 ว่า คน Gen Y เติบโตมาในยุคดิจิทัลที่เต็มไปด้วยการสื่อสารผ่านอีเมล เทคโนโลยีบนมือถือ อินเทอร์เน็ต และสื่อออนไลน์ อย่างเช่น Facebook Skypes Facetime Twitter เป็นต้น ดังนั้นผู้บริหารจึงต้องให้การใส่ใจในความสะดวกด้านเทคโนโลยีแก่คนกลุ่มนี้ เพราะพวกเขาจะแทบไม่ได้หากองค์กรไม่มีเทคโนโลยีที่เขาต้องการหรือที่สามารถทัดเทียมกับคู่แข่งได้ รวมไปถึงฝึกอบรมคนรุ่นอื่น ๆ ในองค์กรให้มีความสามารถด้านเทคโนโลยีที่ทัดเทียมคน Gen Y ด้วย ดังนั้นในกระบวนการสรรหา องค์กรต้องพัฒนานักบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีมากขึ้น เพื่อที่จะสามารถสร้างสรรค์วิธีการหรือรูปแบบการประชาสัมพันธ์ ขั้นตอนการสมัครงานที่มีเทคโนโลยีสมัยใหม่มาเป็นสื่อกลางในการสื่อสารระหว่างองค์กรกับผู้สมัครที่มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งจะสร้างความสนใจให้กับผู้สมัครมากขึ้น เพราะเป็นวิธีการที่มีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของคน Gen Y ซึ่ง ทับขวัญ หอมจำปา (2557) อธิบาย

ว่าการจะดึงดูดและรักษานักงานกลุ่ม Gen Y ไว้กับองค์กรได้นั้น การเข้าถึงกลุ่ม Gen Y ผ่านเว็บไซต์หางานและโซเชียลมีเดียเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการดึงดูดแรงงานกลุ่มนี้ ทั้งนี้รวมไปถึงการปรับภาพลักษณ์องค์กรให้ดูทันสมัยด้วย

(3) ต้องการประสบความสำเร็จในระยะเวลาอันสั้น กล่าวคือเขาไม่ต้องการ “ไต่ขั้นบันได” ในองค์กรเหมือนคนรุ่นก่อน ดังนั้นเทคนิคและการจูงใจแบบเดิมที่องค์กรใช้กับคนวัยอื่นจึงอาจไม่ประสบผลสำเร็จ คน Gen Y ไม่ต้องการรอจนเกษียณถึงจะได้บำเหน็จหรือบำนาญ พวกเขาต้องการที่จะรู้ว่าสามารถทำอะไรได้บ้างในปัจจุบัน เพื่อที่จะเพิ่มมูลค่าของสิ่งต่างๆ หรือได้รับประโยชน์อะไรจากองค์กรในวันนี้ ซึ่งประเด็นนี้ศูนย์สรรหาและเลือกสรร สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (มปป.) อธิบายว่า คน Gen Y มีความคาดหวังด้านค่าจ้างและผลประโยชน์ที่มีความเหมาะสมกับเวลางาน ในขณะเดียวกัน วิลพร ทวีลาภพันทอง (2556) ที่ปรึกษาบริษัท PwC Consulting ประเทศไทย อธิบายผลการศึกษากลุ่ม Gen Y กว่าร้อยละ 60 เชื่อว่าการได้มาซึ่งความสามารถในการผลิต (Productivity) ไม่ได้วัดกันที่จำนวนชั่วโมงที่ใช้ทำงาน แต่อยู่ที่ผลงานที่ได้มากกว่า (Results/goals achieved over time invested) ดังนั้นจึงควรมีการปรับเงินเดือนประจำปีตามผลงาน ด้วยเหตุนี้ผู้บริหารองค์กรจึงควรเอาใจใส่ในประเด็นดังกล่าว เช่น การฝึกอบรมทักษะเพื่อที่จะทำให้คน Gen Y สามารถที่จะตอบสนองต่องานใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็ว และสร้างระบบการให้รางวัลต่อผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว นอกจากนี้ผู้บริหารควรพิจารณาถึงนโยบายต่างๆ ที่อาจจะกีดขวางความก้าวหน้าของคนกลุ่มนี้ถ้าพวกเขาปฏิบัติงานได้ผลดีในระยะเวลารวดเร็ว ขณะเดียวกันในกระบวนการสรรหาบุคลากรโดยเฉพาะในส่วนราชการควรมีการกำหนดและวางระบบการพัฒนาสายอาชีพ (Career Development) และมีเส้นทางความก้าวหน้าที่ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่วนราชการควรมีการจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นรูปธรรม และมีการประเมินผลความก้าวหน้าเป็นระยะๆ เนื่องจากคน Gen Y มีพฤติกรรมที่ต้องการความชัดเจนเกี่ยวกับเส้นทางความก้าวหน้าในสายอาชีพของตนเอง (กมลพร สอนศรี, 2558) ทั้งนี้เพื่อเป็นการดึงดูดกลุ่มคน Gen Y ที่มีความสามารถเข้ามาทำงานอีกด้วย

(4) ต้องการมีส่วนร่วมและความท้าทายในงาน คนกลุ่มนี้เห็นภาระความรับผิดชอบเป็นการสร้างความท้าทายในชีวิต และเป็นโอกาสในการสร้างเสริมทักษะในด้านต่าง ๆ นอกจากนี้การได้รับการมอบหมายงานเพิ่มขึ้นและมีส่วนร่วมในการนำเสนอความคิดเห็นนั้นทำให้ Gen Y รู้สึกถึงการได้รับความเชื่อถือจากหัวหน้างาน ประเด็นนี้ ศูนย์สรรหาและเลือกสรร สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (มปป.) อธิบายว่า จากผลสำรวจของบริษัทที่ปรึกษาชั้นนำอย่าง Price Water House Cooper (PwC) ร่วมกับมหาวิทยาลัย Southern California และ The London Business School จากกลุ่มเป้าหมายพนักงานช่วงอายุ Gen Y และเจนเนอเรชั่นอื่น ๆ กว่า 44,000 คน จากเครือข่าย PwC ใน 18 ประเทศทั่วโลกพบว่า Gen Y ร้อยละ 37 มองหาโอกาสในการทำงานในต่างประเทศเพื่อส่งเสริมประสบการณ์และแสวงหาความท้าทายที่แปลกใหม่ นอกจากนี้ปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งคือ เขาเหล่านั้นต้องการรู้สึกว่ามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของบริษัทไปพร้อมๆ กับการเติบโตในองค์กร ผู้บริหารจะต้องตอบโจทย์ความต้องการของคนกลุ่มนี้ให้ได้ และต้องสามารถสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ให้พนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมกระตุ้นให้เกิดความคิดริเริ่ม ร่วมทำงานกับเพื่อนร่วมงานและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ดังนั้นผู้บริหารจึงสามารถลดความกังวลในการมอบหมายงานเพิ่มให้กับคนกลุ่มนี้ เพียงแต่การมอบหมายงานนั้นควรนึกถึงว่าเมื่อพนักงานมีภาระหน้าที่เพิ่มขึ้นแล้ว องค์กรจะมีการมอบรางวัลหรือสิ่งตอบแทนอย่างไรเพื่อที่จะเสริมสร้างแรงจูงใจจากผู้บริหารมากขึ้น

(5) ไม่ได้ต้องการผลตอบแทนที่เป็นตัวเงินเป็นสำคัญ กล่าวคือ ต้นทุนที่องค์กรต้องลงทุนไปกับคน Gen Y นั้นไม่ใช่เฉพาะตัวเงินเท่านั้น แต่เป็นความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน โดยเฉพาะหัวหน้างาน ซึ่งการบริหารจัดการให้ความสัมพันธ์นี้เป็นไปอย่างราบรื่น จะทำให้ Gen Y ผลิตผลงานเพื่อตอบสนององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ นั่นคือหัวหน้างานควรต้องพยายามทำความเข้าใจคน Gen Y เป็นรายบุคคลอย่างจริงจังและไม่เป็นทางการ นอกจากนี้การเป็นโค้ชให้พวกเขาจะทำให้คนกลุ่มนี้รู้สึกว่าผู้บริหารเป็นแหล่งของความรู้ ซึ่งเป็นสิ่งที่คนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก วิลพร ทวีลาภพันทอง (2556) ที่ปรึกษาบริษัท PwC Consulting ประเทศไทย อธิบายผลการศึกษาว่า พนักงานในกลุ่ม Gen Y ให้ความสำคัญกับเรื่องการสร้างความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตส่วนตัว (Work/life balance) มากกว่าคนรุ่นอื่นๆ โดยร้อยละ 71 ของคน Gen Y มองว่าค่าตอบแทนหรือการเลื่อนตำแหน่งมีความสำคัญระดับรองเมื่อเปรียบเทียบกับคนกลุ่มอื่นที่ร้อยละ 63 ด้วยเหตุนี้ในกระบวนการสรรหาบุคลากร องค์กรต้องมีการกลยุทธในการนำเสนอให้กลุ่มคนดังกล่าวเห็นถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับที่นอกเหนือจากตัวเงิน ไม่ว่า

จะเป็นความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว ความอิสระในการเลือกสถานที่ทำงาน ความยืดหยุ่นของเวลาในการทำงาน หรือเปิดโอกาสให้สามารถทำงานอยู่ที่บ้านได้และเลือกใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารเพื่อสามารถส่งงานได้ตามกำหนด เป็นต้น (กมลพร สอนศรี, 2558)

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการบริหาร Gen Y นั้น องค์กรต้องปรับทัศนคติและกระบวนการทำงานกับคนกลุ่มนี้ องค์กรใดที่ปฏิเสธคนกลุ่มนี้อาจประสบปัญหาขาดแคลนบุคลากรและเสียหายนี้อันที่สุด การบริหารจัดการบุคลากร Gen Y นั้น หากวางระบบและวิธีการอย่างดี นอกจากจะทำให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการต่อไปได้แล้ว ยังอาจทำให้องค์กรได้ผลประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นซึ่งเกิดจากความมีทักษะและลักษณะพิเศษที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั่นเอง

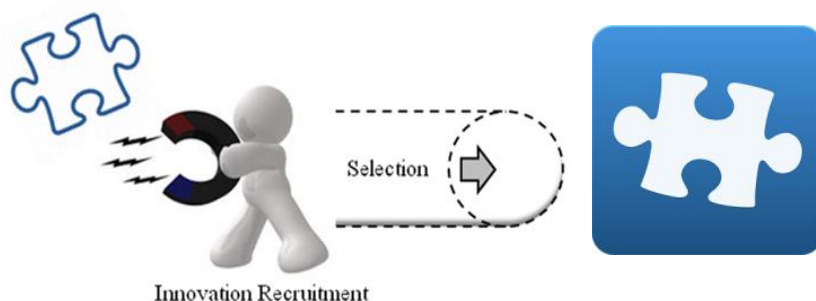
นวัตกรรมสรรหาที่ “ใช่” สำหรับคนเจนเอชเอ็นวาย และกรณีศึกษา

“คน” เป็นทรัพยากรขององค์กรที่ได้รับการยอมรับโดยสากลว่าเป็น “ทรัพยากรที่ทรงคุณค่า” มากที่สุด เพราะการที่จะผลักดันให้องค์กรไปสู่เป้าหมายได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่องค์กรจะต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ ความสามารถและมีคุณสมบัติที่เหมาะสม นั่นหมายความว่าทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ย่อมทำให้้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น ทั้งนี้การบริหารทรัพยากรบุคคลจะเกี่ยวข้องกับประเด็นคำถามที่สำคัญโดยเริ่มจาก จะหาคนมาร่วมทำงานได้อย่างไร จะเตรียมคนให้สามารถทำงานได้อย่างไร จะรักษาคนให้อยู่กับองค์กรได้นานต้องทำอะไร และจะจูงใจให้คนทำงานอย่างเต็มกำลังความสามารถของเขาได้อย่างไร (นพ ศรีบุญนาท, 2545)

ณัฐพันธ์ เชรนนทน (2545) อธิบายว่า การสรรหาและการคัดเลือกบุคคลเข้าปฏิบัติงานเป็นหน้าที่สำคัญของหน่วยงานทรัพยากรมนุษย์ที่ต้องดำเนินงานประสานงานกับหน่วยงานอื่นอย่างเป็นระบบและเหมาะสม เนื่องจากทั้งสองหน้าที่นี้มีความสำคัญเกี่ยวเนื่องกับประสิทธิภาพในการดำเนินงานและความเจริญก้าวหน้าขององค์กรในอนาคต ถ้าองค์กรสามารถสรรหาและคัดเลือกสมาชิกที่มีความรู้ ความสามารถ ทักษะ และประสบการณ์เหมาะสมมาปฏิบัติงานในหน้าที่ที่ต้องการได้ ก็จะช่วยส่งผลให้องค์กรมีโอกาสประสบความสำเร็จในการดำเนินงานสูง ในทางตรงข้ามถ้าองค์กรไม่สามารถหาบุคลากรที่มีความเหมาะสมให้เข้าร่วมงานแล้วโอกาสที่องค์กรจะเกิดความผิดพลาดและความล้มเหลวในการดำเนินงานย่อมจะมีมากขึ้น นอกจากนี้้องค์กรยังต้องรับภาระต่อเนื่องทั้งในด้านเวลา ประสิทธิภาพ และค่าใช้จ่ายทั้งทางตรงและทางอ้อมในการแก้ปัญหาบุคลากรขาดคุณภาพหรือขาดความเหมาะสมกับงาน เนื่องจากเป็นความยากลำบากที่องค์กรจะยกเลิกหรือถอดถอนบุคลากรภายหลังจากการรับเข้าทำงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรในระบบราชการ จะเห็นได้ว่าการสรรหาและการคัดเลือกบุคลากรเป็นกิจกรรมที่จะต้องดำเนินการต่อเนื่องกัน จนมีการเรียกรวมเป็นเสมือนขั้นตอนเดียวกัน อย่างไรก็ตามในสองกิจกรรมนี้มีรายละเอียดปลีกย่อยแตกต่างกัน ดังนี้

การสรรหา (Recruitment) เป็นกระบวนการในการค้นหาบุคคลที่มีความเหมาะสมกับตำแหน่งที่องค์กรต้องการจากแหล่งต่างๆ ให้สมัครเข้าร่วมงานกับองค์กร โดยผู้มีหน้าที่ในการสรรหาบุคลากรจะต้องสามารถเข้าถึงแหล่งที่มาของบุคลากร ดังชุดบุคลากรที่มีศักยภาพ และเหมาะสมกับงานให้เกิดความสนใจที่จะเข้าร่วมงานกับองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพภายใต้ข้อจำกัดของระยะเวลาและค่าใช้จ่าย โดยศูนย์สรรหาและเลือกสรร สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (มปป.) ได้ให้คำแนะนำส่วนราชการสำหรับการจัดกระบวนการสรรหาและเลือกสรรบุคลากรไว้ 5 ขั้นตอน คือ (1) การวางแผนการสรรหาและเลือกสรร ซึ่งมีการจัดทำแผนปฏิบัติงาน โดยต้องอาศัยข้อมูลเกี่ยวกับภาระหน้าที่ นโยบายและเป้าหมายของหน่วยงาน ตลอดจนกำลังคนในปัจจุบันและสภาพการณ์ของตลาดแรงงานมาประกอบ (2) การกำหนดคุณลักษณะของบุคคลที่ต้องการจะต้องพิจารณาถึงบทบาทหน้าที่หลัก มีการวิเคราะห์งานเพื่อทราบลักษณะงานและคุณสมบัติของบุคคลที่ต้องการสรรหา (3) การสรรหา โดยเน้นให้ผู้ที่มีความคุณสมบัติตามประกาศรับสมัครมาสมัครให้มากที่สุด ซึ่งต้องเลือกสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้มีความคุณสมบัติดังกล่าว เน้นการสรรหาเชิงรุก และใช้เครื่องมือที่หลากหลาย (4) การเลือกสรร เป็นกระบวนการพิจารณาความแตกต่างระหว่างบุคคลซึ่งสามารถทดสอบหรือวัดได้ โดยมีข้อสมมติฐาน คือ ผู้ที่ได้รับการคัดเลือกจะปฏิบัติงานได้ดีกว่าผู้ที่ไม่ได้รับการคัดเลือก (5) การติดตามและประเมินผล เป็นกระบวนการเพื่อวัดประสิทธิภาพของระบบการสรรหาและเลือกสรรว่าเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้หรือไม่ ในขณะที่การ

คัดเลือก (Selection) เป็นกระบวนการต่อเนื่องจากการสรรหา ที่ใช้ในการตรวจสอบ การพิจารณา และการตัดสินใจรับบุคคลที่มีคุณสมบัติเหมาะสมเข้าร่วมงานกับองค์กร การคัดเลือกบุคลากรเป็นกิจกรรมที่ต้องอาศัยความรู้และศิลปะในการคัดเลือกบุคคลที่เหมาะสมกับงานออกจากกลุ่มผู้สมัครงานทั้งหมด โดยผู้ทำหน้าที่คัดเลือกบุคลากรจะต้องมีความรู้ในหลักการและมีความเข้าใจในเทคนิคการแยกบุคคลที่ต้องการออกจากกลุ่มผู้สมัครได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรืออาจกล่าวได้ว่ากระบวนการคัดเลือก (Selection) เป็นขั้นตอนที่ต่อเนื่องมาจากการกระบวนการสรรหา (Recruitment) เพื่อให้ได้บุคลากรที่ตรงกับความต้องการขององค์กรมากที่สุดเข้ามาสู่องค์กร ทั้งนี้ ส่วนใหญ่จะเรียกกระบวนการทั้งสองรวมเข้าด้วยกันว่า กระบวนการสรรหาและคัดเลือก (Recruitment and Selection) ซึ่งสามารถแสดงความสัมพันธ์ให้เห็นได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ของกระบวนการสรรหาและคัดเลือก

ทำไมต้องใช้ “นวัตกรรมการสรรหา”

จากภาพผู้เขียนใช้คำว่า Innovation Recruitment หรือนวัตกรรมการสรรหา โดยคำว่านวัตกรรม มีนักวิชาการได้ให้ความหมายที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันว่า นวัตกรรมคือผลจากการคิดค้นกระบวนการ วิธีการ ที่มีความสร้างสรรค์ เป็นสิ่งใหม่ที่ไม่เคยมีขึ้นมาก่อน หรือเป็นสิ่งที่ได้รับการพัฒนาปรับปรุงให้ดีขึ้น ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มในด้านเศรษฐกิจ (กิริติ ยศยิ่งยง, 2552) เช่นเดียวกับ Roger (1995) อธิบายว่านวัตกรรมอาจจะไม่ใช่สิ่งใหม่จริง ๆ แต่อาจหมายถึงสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่เคยปฏิบัติกันมาในอดีต ต่อมาได้มีการรื้อฟื้นขึ้นมาทำใหม่เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันก็สามารถนับว่าสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่ใหม่ได้ ในขณะที่การสรรหาซึ่งได้กล่าวแล้วในข้างต้น หมายถึงกระบวนการในการค้นหาบุคคลที่มีความเหมาะสมกับตำแหน่งที่องค์กรต้องการ ให้สมัครเข้าร่วมงานกับองค์กร ดังนั้นเมื่อพูดถึงนวัตกรรมการสรรหา จึงหมายถึงวิธีการที่สร้างสรรค์ในการค้นหาบุคคลที่มีความเหมาะสมมาร่วมงานกับองค์กร ซึ่งสิ่งนี้จะสร้างความได้เปรียบและเพิ่มขีดความสามารถในการค้นหาผู้สมัครขององค์กรด้วย ทั้งนี้เนื่องมาจากปัจจุบันกระบวนการสรรหาบุคลากรทั้งในภาครัฐและภาคเอกชนมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการพัฒนากลยุทธ์การดำเนินงานเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการดึงดูดและให้ได้ว่าซึ่งผู้มีความรู้ความสามารถเข้ามาปฏิบัติงานในองค์กร ศูนย์สรรหาและเลือกสรร สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (มปป.) อธิบายว่า สาเหตุสำคัญของการปรับตัวดังกล่าวมีที่มาจากกระแสความเคลื่อนไหวของบุคลากรภายในองค์กรเองและปัจจัยภายนอก คือ กลุ่มเป้าหมายการสรรหาและเลือกสรรที่มีค่านิยมการดำเนินชีวิตและการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไป อันเนื่องมาจากสภาพแวดล้อมทางสังคมและการขับเคลื่อนของเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทำให้เกิดความแตกต่างทางทัศนคติของคนต่างวัยและค่านิยมในการเลือกสมัครเข้าทำงานในองค์กร โดยเฉพาะกลุ่มคน Gen Y ซึ่งจะกลายเป็นบุคลากรส่วนใหญ่ขององค์กรในอนาคตอันใกล้ ดังนั้นการสรรหาในรูปแบบเดิมๆ ที่องค์กรอื่นสามารถเลียนแบบและทำตามได้อย่างรวดเร็ว หรือการสรรหาที่ไม่สามารถดึงดูดใจกลุ่มเป้าหมายได้ ย่อมไม่สามารถช่วงชิงคนเก่งหรือคนที่มีคุณสมบัติตามที่องค์กรต้องการให้เข้ามาทำงานด้วยได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคโลกาภิวัตน์ ต้องยอมรับว่าทุนทางปัญญา (Intellectual Capital) ซึ่งเป็นสินทรัพย์จำต้องไม่ได้จะทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ ทุกองค์กรต่างให้ความสำคัญกับ “คน” องค์กรต่างต้องการบุคลากรที่มีความรู้ ผลงาน ทักษะความสามารถ และประสบการณ์เพื่อให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ได้ ดังนั้นทุกองค์กรต่างก็ต้องพึงพิงทุน

มนุษย์ (Human Capital) เพื่อที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ ด้วยเหตุนี้องค์กรจึงต้องมียุทธศาสตร์ในการสรรหาเพื่อให้เกิดการสรรหาในเชิงรุกมากขึ้น ซึ่งแนวคิดการสรรหาเชิงรุกได้รับการกล่าวถึงมากกว่า 10 ปี โดยบริษัทที่ปรึกษา McKinsey & Company ได้เริ่มใช้คำว่ายุคแห่งสงครามช่วงชิงคนเก่ง (The war of talent) ในปี พ.ศ.2544 โดยสรุปได้ว่า การสรรหาเชิงรุก (Proactive Recruitment) เป็นการปรับแนวทางการสรรหาให้มีความเข้มข้นในเชิงของการสนับสนุนกลยุทธ์องค์กรทั้งในปัจจุบันและอนาคต มีการเพิ่มช่องทางที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้หลากหลายวิธีมากขึ้น รวมถึงมีการวิเคราะห์ต้นทุนการดำเนินงานสรรหาเทียบกับค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล

กรณีศึกษา Best Practice นวัตกรรมสรรหาจากต่างประเทศ

กรณีศึกษาที่ 1 การสร้างแบรนด์นายจ้าง (Employer Branding) เพื่อการสรรหาบุคลากร

แบรนด์ (Brand) ในทางการตลาด หมายถึง ชื่อ สัญลักษณ์ เครื่องหมาย พฤติกรรมแสดงออก การออกแบบ หรือการเชื่อมโยงสิ่งต่างๆ เหล่านี้เข้าด้วยกันเพื่อระบุความเป็นเจ้าของสินค้าหรือบริการให้มีลักษณะแตกต่างไปจากคู่แข่ง ขณะเดียวกันแบรนด์ขององค์กร (Corporate Brand) คือการบริหารแบรนด์ขององค์กรให้เป็นที่รู้จัก การสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรในบทบาทของการเป็นนายจ้าง และสื่อสารภาพลักษณ์ออกไปยังกลุ่มเป้าหมายให้เป็นที่รู้จัก เข้าใจ ยอมรับ และประทับใจแก่กลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มคน Gen Y ที่มีลักษณะเฉพาะตัวอย่างที่กล่าวไปข้างต้น

ซึ่งตัวอย่างรูปแบบการสื่อสารแบรนด์นายจ้างที่เป็น Best Practice คือ หน่วยงานระบบราชการของประเทศสิงคโปร์ ที่ปรากฏใน “คู่มือ The Singapore Public Service” กล่าวคือ ในคู่มือ The Singapore Public Service ของรัฐบาลสิงคโปร์ได้สื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับอาชีพรับราชการแก่กลุ่มเป้าหมายการสรรหาในรูปแบบการนำเสนอที่สะท้อนบุคลิกภาพของคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ความสามารถที่แสวงหาโอกาสทำงานที่ท้าทาย ประกอบกับการโน้มน้าวให้เห็นข้อดีของอาชีพรับราชการ ขณะเดียวกันระบบราชการของประเทศสิงคโปร์ได้ประกาศพันธสัญญา ซึ่งเปรียบเสมือนการประกาศจุดยืนของแบรนด์ระบบราชการในภาพรวมที่แสดงพันธกิจ (Our Mission) เป้าประสงค์ (Our Goals) และความเชื่อมั่น (Our Beliefs) โดยเฉพาะได้แสดงข้อความที่แสดงความเชื่อมั่น ได้นำเสนอให้ผู้สมัครเห็นภาพค่านิยม วัฒนธรรมการทำงานราชการได้อย่างน่าท้าทาย ตัวอย่างประโยคที่ปรากฏในคู่มือฯ เช่น “การทำงานด้วยความเคารพต่อกันถือเป็นเรื่องสำคัญอันดับแรก” “ภาวะผู้นำเป็นสิ่งที่เน้นย้ำ” “เน้นการเปิดใจรับฟังความคิดเห็นใหม่ๆ” และ “ความเป็นตัวตนภายในถือเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งสำหรับความก้าวหน้าอย่างมั่นคงและความมุ่งมั่นในเส้นทางความก้าวหน้าของอาชีพ” พร้อมทั้งสโลแกนที่เน้นย้ำว่า “พวกเราทำงานร่วมกันเพื่อมุ่งไปสู่ระบบราชการชั้นเยี่ยม (A First-Class Public Service) ที่มีขีดความสามารถสูงสุดในการปฏิบัติงาน การสร้างสรรค์นวัตกรรม และการมองไปข้างหน้าสู่การเป็นระบบราชการที่ดีที่สุดในโลกและน่าภาคภูมิใจของสิงคโปร์” นอกจากนี้ในคู่มือ The Singapore Public Service กลุ่มเป้าหมายจะสามารถมองเห็นโอกาสการพัฒนาตนเองที่สอดคล้องกับเส้นทางความก้าวหน้าตามแผนที่การฝึกอบรม (Training Roadmap) นอกจากหลักสูตรการฝึกอบรมในห้องเรียนแล้ว ยังจัดให้มีเครื่องมือการพัฒนาอื่นๆ เช่น การเข้าประชุมสัมมนา การศึกษาดูงาน การศึกษาด้วยตนเองจากสื่อ การสอนงาน เป็นต้น

เมื่อวิเคราะห์แนวทางการสร้างแบรนด์ระบบราชการของสิงคโปร์แล้ว พบว่า มีการใช้นวัตกรรมสรรหาที่ “ใช่” สำหรับคน Gen Y กล่าวคือ การวางตำแหน่งของแบรนด์ (Brand Positioning) เป็นการเน้นย้ำอาชีพที่มีเกียรติ น่าภาคภูมิใจ เป็นระดับ First Class ของประเทศ ทั้งด้านพันธกิจ เป้าประสงค์ และผลลัพธ์ของ การทำงานที่เน้นย้ำถึงการพัฒนาประเทศให้มีความเป็นผู้นำทางเศรษฐกิจในระดับโลก การกำหนดบุคลิกภาพให้แบรนด์ (Brand Personality) กำหนดขึ้นให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนเริ่มต้นวัยทำงานหรือมีอาชีพที่มีประสบการณ์ ที่ต้องการแสงสว่างงานที่ท้าทายและมีประโยชน์ต่อส่วนรวม และการสื่อสารเกี่ยวกับแบรนด์ (Brand Communication) ที่เปิดเผยให้เห็นถึงนโยบายการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ให้ความสำคัญกับบุคลากรอย่างเท่าเทียมกัน การทำงานเป็นทีม การพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในงานและตนเอง และความมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศในทุก ๆ สิ่งที่ทำ ซึ่งนวัตกรรมการสร้างแบรนด์ระบบราชการของสิงคโปร์นี้เป็นวิธีการที่สามารถดึงดูดผู้สมัคร โดยเฉพาะกลุ่มคน Gen Y ให้มาสมัครได้ ซึ่งใช้วิธีการดึงดูดใจ (Attract) โดยการใช้ข้อความที่กระตุ้นความรู้สึกท้าทายให้ต้องการ

มาร่วมงานกับองค์กรชั้นนำ การรักษา (Retain) ที่ตอบสนองความต้องการปัจจัยความพึงพอใจพื้นฐาน ได้แก่ ค่าตอบแทน ความก้าวหน้าในอาชีพ โอกาสการพัฒนา และการจูงใจด้วยปัจจัยที่นำไปสู่ความภาคภูมิใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กร

กรณีศึกษาที่ 2 การใช้โปรแกรมประยุกต์ Gamification ในกระบวนการสรรหา

Gamification คือ การนำหลักการของเกมมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการหรือกิจกรรมต่างๆ ในองค์กรอย่างมีเป้าหมาย โดยมีองค์ประกอบของความเป็นเกม คือ มีเส้นชัย (เป้าหมาย) ความสนุกสนาน ความตื่นเต้น ท้าทาย การสะสมแต้ม กฎกติกา มาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างสีสันในการทำงาน ขณะเดียวกันเกมสามารถสร้างและผสมผสานการเรียนรู้ที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการได้อย่างลงตัว เป็นรูปแบบการเรียนรู้ที่สร้างแรงจูงใจให้กับผู้เล่นได้พัฒนาตนเองและเกิดการเรียนรู้ตลอดเวลาทั้งที่ปฏิบัติงานในเวลางานหรือนอกเวลางาน

ตัวอย่างองค์กร Best Practice ที่นำ Gamification มาประยุกต์ใช้ในการสรรหาบุคลากร คือบริษัท HCL Technology ซึ่งเป็นบริษัทที่ประกอบกิจการให้คำปรึกษา ซ่อมแซม และบริหารทางเทคโนโลยีสารสนเทศและซอฟต์แวร์ ในประเทศอินเดีย ได้ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อแก้ปัญหาอัตราการลาออกกลางคันของพนักงาน กล่าวคือเป็นการนำ Gamification มาใช้ในกระบวนการสรรหา (Recruitment) ผู้สมัครที่มีสัมผัส (Sense) หรือทัศนคติที่ดีในทางธุรกิจของบริษัท โดยให้ผู้สมัครงานเข้ามามีส่วนร่วมในองค์กรเสมือนได้ทำงานจริง โดยการเรียนรู้ปัญหา โครงสร้างองค์กร วัฒนธรรมองค์กร ตลอดจนเพื่อนร่วมงานก่อนการปฏิบัติงานจริง โดยในเกมนี้ได้แบ่งเป็นโมดูล (Modules) ที่ครอบคลุมข้อมูลทั่วไปของบริษัท 5 ด้าน คือ โอกาสการพัฒนาหรือเจริญเติบโตของพนักงาน รายละเอียดของการทำงาน นวัตกรรมต่างๆ ที่มีในบริษัท ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว และวัฒนธรรมของบริษัท หลังจากบริษัท HCL Technology ได้นำ Gamification มาใช้ ได้ผลลัพธ์ คือ พนักงานที่ผ่านการเล่นเกมก่อนเริ่มงานมีอัตราการลาออกจากงาน 1.26% ขณะที่พนักงานที่ไม่ได้ผ่านการเล่นเกมก่อนเริ่มงานมีอัตราการลาออกจากงานถึง 10.62% ซึ่ง Gamification ช่วยให้บริษัทลดค่าใช้จ่ายจากการผิดสัญญาจ้างและในกระบวนการสรรหา (Recruitment) ได้กว่า 1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (HCL Technology, 2013)

เมื่อวิเคราะห์แนวทางการนำ Gamification มาประยุกต์ใช้ในการสรรหาบุคลากรของบริษัท HCL Technology แล้วพบว่ามีการใช้นวัตกรรมสรรหาที่ “ใช่” สำหรับคน Gen Y กล่าวคือ คน Gen Y เป็นกลุ่มคนที่เติบโตมาพร้อมกับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี ดังนั้นวิธีการสรรหาโดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้จึงเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและสามารถดึงดูดใจกลุ่มคน Gen Y ได้ นอกจากนี้ใน Gamification ได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสวัสดิการต่างๆ ตลอดจนวัฒนธรรมการทำงานในองค์กร และได้ทดลองทำงานในสถานการณ์เสมือนจริงผ่าน Gamification ซึ่งสิ่งเหล่านี้ยิ่งเพิ่มความน่าสนใจให้กับกลุ่ม Gen Y เนื่องจากลักษณะของกลุ่ม Gen Y มักต้องการทราบข้อมูลที่เป็นความจริง ตรงไปตรงมา พิจารณาและให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมการทำงานและสวัสดิการอื่นๆ มากกว่าเงินเดือน

ปัจจัยหลักของความสำเร็จในการใช้นวัตกรรมสรรหาเพื่อให้ได้มาซึ่งคนที่ “ใช่”

ปัจจัยหลักของความสำเร็จ (Critical Success Factors) หมายถึง ปัจจัยที่จะช่วยให้การดำเนินการบรรลุเป้าประสงค์ โดยศูนย์สรรหาและเลือกสรร สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (มปป.) ได้ยกตัวอย่างเพื่อให้ส่วนราชการเลือกนำไปประเมินประกอบการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเสริมสร้างความสำเร็จในการสรรหาเชิงรุกโดยใช้นวัตกรรมเป็นเครื่องมือ ซึ่งผู้เขียนได้สังเคราะห์และศึกษาจากกรณีศึกษา และงานวิจัยต่างประเทศมาสนับสนุนการวิเคราะห์ปัจจัยหลักความสำเร็จได้ดังนี้

(1) นโยบาย บทบาทของผู้บริหารและความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่สรรหา กล่าวคือ ในการสรรหาและการคัดเลือกพนักงานเข้ามาทำงานในองค์กร ถ้าผู้บริหารระดับสูงไม่ได้สร้างวัฒนธรรมองค์กรให้แข็งแรง ก็จะทำให้ไม่รู้เลยว่าองค์กรต้องการคนแบบไหนเข้ามาทำงาน ฝ่ายสรรหาก็จะหาคนแบบไม่มีเป้าหมาย หรือได้คนมาแล้วก็อยู่ทำงานได้ไม่นาน บางองค์กรผู้บริหารระดับสูงเข้ามามีส่วนในการสัมภาษณ์ผู้สมัครด้วยตนเอง ผลก็คือองค์กรจะมีคุณลักษณะของคนเข้ามาแล้วมีความเหมาะสมกับองค์กรและสามารถขับเคลื่อนองค์กรไปสู่เป้าหมายด้วยค่านิยมอันเดียวกัน อย่างเช่นองค์กรชั้นนำอย่าง Google ที่ผู้บริหารทุกรุ่น

ทุกระดับให้ความสำคัญมากกับกิจกรรมการสรรหาบุคคล โดยกำหนดเป็นนโยบายและแนวทางปฏิบัติที่สำคัญ เพราะผู้บริหารต้องทำหน้าที่เหมือนโค้ชที่มีหน้าที่ชวนขวยมองหาผู้เล่นที่มีฝีมือมาร่วมงานด้วยตนเองตั้งแต่แรก ผู้บริหารและทีมงานจะเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในรายละเอียดของการสรรหาคัดเลือกโดยไม่ปล่อยให้เป็นที่ของฝ่ายสรรหาแต่เพียงหน่วยงานเดียว นอกจากนี้เจ้าหน้าที่สรรหาจะต้องเชื่อมั่นในองค์กรและทำให้ผู้สมัครเชื่อในองค์กรเช่นเดียวกัน เจ้าหน้าที่สรรหาที่ดีต้องสามารถเปลี่ยนใจผู้สมัครให้เห็นโอกาสที่จะได้จากการร่วมงานกับองค์กร (Laura S., 2016)

(2) วิธีนำเสนอวัฒนธรรมที่ใช้ ปัจจัยความสำเร็จเพื่อการสรรหาบุคลากรด้วยนวัตกรรม เช่น การสร้าง แปรณนายจ้าง และการใช้โปรแกรมประยุกต์ Gamification องค์กรควรให้ความสำคัญกับความหลากหลายของข้อมูล เพราะการที่ผู้สมัครงานจะตัดสินใจสมัครงานกับองค์กรขึ้นอยู่กับความหลากหลายของข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับ (Cober et al., 2003) เช่น ค่าตอบแทนและสวัสดิการ วัฒนธรรมองค์กร รวมถึงโอกาสความก้าวหน้าในองค์กร เพื่อตัดสินใจว่าองค์กรนั้น ๆ น่าสนใจที่จะร่วมงานด้วยหรือไม่ รวมถึงองค์การเหมาะสมกับทัศนคติรูปแบบการทำงานและวิถีชีวิตของผู้สมัครหรือไม่ ฉะนั้น ความหลากหลายของข้อมูลนอกจากจะช่วยถ่ายทอดข้อมูลได้อย่างครบถ้วนแล้วยังช่วยให้ข้อมูลมีความน่าดึงดูดและน่าสนใจอีกด้วย (Chapman et al., 2005) นอกจากนี้ Pastore (2000) ศึกษาพบว่า ผู้สมัครงานมากกว่าร้อยละ 20 ตัดสินใจไม่สมัครงานที่องค์การประกาศผ่านสื่อออนไลน์ด้วยเหตุผลง่ายๆ ที่ว่าสื่อออนไลน์นั้นมีการออกแบบที่ไม่ดีและไม่น่าสนใจ ขณะเดียวกันความสะดวกและความง่ายในการใช้งานก็เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การนำนวัตกรรมมาใช้ประสบผลสำเร็จ Brown (2004) วิจัยพบว่า การออกแบบสื่อการสรรหาที่ใช้งานยากหรือไม่สะดวกจะทำให้ผู้สมัครไม่สามารถสืบค้นหรือหาข้อมูลได้สำเร็จ ซึ่งส่งผลกระทบต่อตรงต่อการสรรหาบุคลากรขององค์กร อีกทั้งอาจมีผลต่อเชิงลบภาพลักษณ์องค์กรอีกด้วย นอกจากความง่ายในการใช้งานแล้ว ความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลก็เป็นสิ่งสำคัญ Selden และ Orenstein (2011) อธิบายว่า ข้อมูลหรือเนื้อหาที่มีคุณภาพในการสรรหาในนวัตกรรมต่างๆ นั้นมีความสัมพันธ์กับอัตราการลาออกของพนักงาน ใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น การสื่อสารข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์และครบถ้วน อาจนำไปสู่การได้ผู้สมัครงานที่ไม่เหมาะสมกับองค์กร หรือพลาดโอกาสการได้บุคลากรที่มีความสามารถและเหมาะสมกับองค์กรไปได้ อย่างไรก็ตามความมีเอกลักษณ์ที่สามารถดึงดูดผู้สมัครก็เป็นสิ่งจำเป็นไม่แพ้กัน ซึ่ง Nielsen (2000) ได้อธิบายในประเด็นนี้ว่า ผู้สมัครมักต่อต้านการอ่านเนื้อหาจำนวนมากจากหน้าจอคอมพิวเตอร์ องค์กรจึงควรออกแบบเนื้อหาให้กระชับ เน้นสร้างจุดเด่นหรือเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่สามารถสะท้อนบุคลิกหรือลักษณะเฉพาะที่ไม่เหมือนใครขององค์กร ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมานี้ องค์กรจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจหลักจิตวิทยาในระบบการสรรหา เข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของผู้สมัครโดยเฉพาะกลุ่ม Gen Y ซึ่งเป็นกลุ่มที่เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยี และมีพฤติกรรมที่ต้องการสื่อความหมายได้อย่างรวดเร็ว ไม่ยืดเยื้อ ต้องการข้อมูลที่กระชับและชัดเจนเข้าใจง่าย เป็นต้น

(3) งบประมาณขององค์กร เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อองค์กร กล่าวคือถ้าองค์กรมีฐานะทางการเงินที่มั่นคงดี ก็จะสามารถจัดสรรงบประมาณเพื่อใช้ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างเต็มที่ เช่น เพิ่มการจัดโครงการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากร เพิ่มเงินเดือนค่าจ้างและผลประโยชน์เกื้อกูลให้บุคลากร เพิ่มการสรรหาว่าจ้างบุคลากรใหม่ เป็นต้น หลายองค์กร โดยเฉพาะองค์กรภาครัฐมักมีปัญหาสำคัญที่ว่า องค์กรของตนขาดแคลนบุคลากร มีจำนวนบุคลากรไม่เพียงพอจึงไม่สามารถดำเนินการกิจต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่เมื่อถามถึงเหตุผลว่าทำไมไม่มีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรเพิ่มเติม มักได้รับคำตอบว่า งบประมาณไม่เพียงพอ เหล่านี้ล้วนแสดงให้เห็นว่าฐานะทางการเงินขององค์กรมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการสรรหาและคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์

การสรรหาและคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ที่มุ่งไปที่การแสวงหาบุคลากรที่มีคุณลักษณะที่ดี และมีคุณสมบัติตรงตามความต้องการเป็นสำคัญ ทำให้กระบวนการในการสรรหาและคัดเลือกในอนาคตจึงจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงไป โดยจะคงไว้ซึ่งความยุติธรรมแต่จะมีความหลากหลายมากขึ้น บุคลากรสายพันธุ์ใหม่ต้องเป็นผู้สร้างมูลค่าให้แก่ตนเอง และทำประโยชน์ให้แก่องค์กรได้หลายด้าน จากบุคลากรที่เคยปฏิบัติงานตามคำสั่ง จะเปลี่ยนมาเป็นการปฏิบัติงานในเชิงรุกมากขึ้น ทำให้รูปแบบในการสรรหาและคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์ต้องมีความละเอียดรอบคอบมากขึ้น และต้องคำนึงถึงผลลัพธ์จากการดำเนินการตลอดเวลา (ไอ เอ็ม บุคส์, 2551)

บทวิเคราะห์จากกรณีศึกษาสู่ความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติของการสรรหาในระบบราชการไทย

จากกรณีศึกษาการนำกลยุทธ์การสร้างแบรนด์นายจ้าง (Employer Branding) มาสร้างเป็นนวัตกรรมการสรรหาในรูปแบบคู่มือ The Singapore Public Service เพื่อการสรรหาบุคลากรของภาครัฐในประเทศสิงคโปร์ และการนำนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี Gamification มาประยุกต์ใช้ในการสรรหาบุคลากรในบริษัท HCL Technology ประเทศอินเดีย นวัตกรรมทั้งสองรูปแบบต่างก็มีจุดเด่นที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อการสรรหาบุคลากร Gen Y เข้าสู่ระบบราชการไทยได้ กล่าวคือ

กลยุทธ์การสร้างแบรนด์นายจ้างของภาครัฐในประเทศสิงคโปร์ จะเน้นการวางตำแหน่งของแบรนด์เป็นระดับ First Class ของประเทศและเน้นย้ำถึงการพัฒนาประเทศให้คงความเป็นผู้นำทางเศรษฐกิจในระดับโลก ตลอดจนการกำหนดบุคลิกภาพให้แบรนด์สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนเริ่มต้นวัยทำงานหรือมืออาชีพที่มีประสบการณ์ ที่ต้องการแสงสว่างที่ท้าทาย โดยเฉพาะกลุ่มคน Gen Y รวมถึงการสื่อสารเกี่ยวกับแบรนด์ที่สะท้อนให้เห็นถึงการทำงานเป็นทีม สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในงานและตนเอง และความมุ่งมั่นสู่ความเป็นเลิศในทุกด้าน โดยในคู่มือ The Singapore Public Service มีการใช้ข้อความที่กระตุ้นความรู้สึกท้าทายให้ต้องการมาร่วมงานโดยยื่นข้อเสนอที่ตอบสนองความต้องการปัจจัยความพึงพอใจพื้นฐาน ได้แก่ ค่าตอบแทน ความก้าวหน้าในอาชีพ โอกาสการพัฒนา และการจูงใจ ด้วยปัจจัยที่นำไปสู่ความภาคภูมิใจในงาน และความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่สอดคล้องกับพฤติกรรมของคน Gen Y ที่ชอบทำงานที่ท้าทาย และมองถึงโอกาสในการพัฒนาและความก้าวหน้าในตำแหน่งงานมากกว่าค่าจ้าง เป็นต้น ขณะเดียวกันการนำนวัตกรรมด้านเทคโนโลยี Gamification มาประยุกต์ใช้ในการสรรหาบุคลากรในบริษัท HCL Technology ประเทศอินเดียก็เป็นวิธีการหนึ่งที่สามารถช่วยจุดประกายในการคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนางานในระบบราชการที่มีความทันสมัย

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงระบบราชการไทยในปัจจุบัน พบว่า เป้าหมายของรัฐบาลมีจุดมุ่งหมายเพื่อปรับโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่แข่งขันและขับเคลื่อนด้วยความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม ซึ่งมีความแตกต่างจากภาพลักษณ์เก่าๆ ของระบบราชการไทยที่มักมีรูปแบบการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบทางการ เน้นความเป็นลายลักษณ์อักษรที่ต้องตามกฎหมายระเบียบราชการ ผ่านการลงนามตามลำดับชั้นบังคับบัญชา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกระบวนการสรรหา บรรจุและการแต่งตั้งข้าราชการพลเรือนสามัญ ซึ่งต้องอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการพลเรือน 2551 (ลักษณะ 4 ข้าราชการพลเรือนสามัญ หมวด 3 การสรรหา บรรจุ และการแต่งตั้ง) ดังในมาตรา 53 ที่บัญญัติว่า “การบรรจุบุคคลเข้ารับราชการเป็นข้าราชการพลเรือนสามัญ เพื่อแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งใด ให้บรรจุและแต่งตั้งจากผู้สอบแข่งขันได้ในตำแหน่งนั้น โดยบรรจุและแต่งตั้งตามลำดับที่ในบัญชีผู้สอบแข่งขันได้...” นอกจากนี้ในระบบราชการมีภาวะการลาออกจากงานที่ค่อนข้างต่ำ เมื่อเทียบกับอาชีพที่ไม่ใช่ข้าราชการ เนื่องจากสำหรับสังคมไทยแล้วข้าราชการถือเป็นอาชีพที่มีเกียรติ มีความมั่นคงสูง โดยรัฐจะให้สวัสดิการและการดูแลทั้งในตัวข้าราชการเองรวมถึงบุคคลในครอบครัว ได้แก่ คู่สมรส บุตร และบุพการี ตลอดจนชีวิตหลังเกษียณอายุราชการ เป็นต้น (ศูนย์สรรหาและเลือกสรร สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, มปป.) อย่างไรก็ตามจากการวิจัยของสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล (2553) ยืนยันว่าการทำงานในระบบราชการไม่ได้สะท้อนความเป็นประชากร Gen Y การทำงานในระบบราชการไม่ท้าทายความสามารถ ข้างเป็นการบั่นทอนความท้าทาย แม้ว่าการรับราชการจะได้รับสวัสดิการที่ดีและคุ้มครองไปถึงคนในครอบครัว และเป็นการทำงานเพื่อประโยชน์ของประเทศชาติ แต่ประชากร Gen Y โดยเฉพาะผู้ที่มีศักยภาพสูงก็จะเลือกทำงานอื่นที่ไม่ใช่การเข้ารับราชการ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยชิ้นนี้ พบว่า พวกเขาให้ความสนใจถึงสิ่งจูงใจลำดับแรก ๆ เกี่ยวกับการมีโอกาสได้รับทุนศึกษาต่อ ณ ต่างประเทศ และการรับราชการมีความมั่นคงในอาชีพ ซึ่งสะท้อนว่าประชากร Gen Y เห็นประโยชน์ที่จะได้รับมากกว่าเจตนารมณ์หลักของการรับราชการที่มุ่งเน้นการปฏิบัติงานเพื่อส่วนรวม ดังนั้นการนำกลยุทธ์การสร้างแบรนด์นายจ้างของภาครัฐอย่างในประเทศสิงคโปร์มาปรับใช้ ผู้เขียนมองว่าภาครัฐไทยมีศักยภาพที่จะนำมาประยุกต์ใช้ได้ โดยการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติของคน Gen Y ต่อบริษัทราชการไทย และนำเสนอแนะจากการวิจัยดังกล่าวไปวางแผนยุทธศาสตร์ในการสรรหาโดยการวางตำแหน่งของแบรนด์ กำหนดบุคลิกภาพให้แบรนด์ และสื่อสารเกี่ยวกับแบรนด์ให้ตรงกับพฤติกรรมและทัศนคติของคน Gen Y มากขึ้น (ทับขวัญ หอมจำปา, 2557)

ขณะที่การนำ Gamification ในรูปแบบของบริษัท HCL Technology มาใช้ในกระบวนการสรรหาในระบบราชการไทย นั้น ผู้เขียนเห็นว่ายังไม่เหมาะสมมากนักกับบริบทของระบบราชการไทยเนื่องจากการนำ Gamification มาใช้ในระบบราชการไทย นั้น นอกเหนือจากกฎระเบียบและความเป็นทางการที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาระบบเกมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงงบประมาณในการพัฒนาระบบดังกล่าวอีกด้วย เนื่องจาก Gamification เป็นระบบที่ต้องอาศัยการวิเคราะห์งานจากที่ปฏิบัติอยู่มาสร้างเป็นเรื่องราว (Story Board) มีการกำหนดเงื่อนไข สถานการณ์ ซึ่งแน่นอนว่าจะต้องมีการว่าจ้างบริษัทที่สามารถออกแบบเกมหรือแอนิเมชัน (Animation) มาช่วยในการแปลงข้อมูลให้ออกมาเป็นรูปธรรม ซึ่งต้องใช้งบประมาณที่ค่อนข้างสูง ขณะเดียวกันจะต้องมีการพัฒนาระบบไปเรื่อย ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจ สังคมที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตามการนำ Gamification มาประยุกต์ใช้ในกระบวนการอื่น ๆ ในงานพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของระบบราชการไทย ผู้เขียนมีความคิดเห็นว่าเป็นเรื่องที่น่าสนใจอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในอนาคตที่ข้าราชการใหม่ที่จะเข้ามาทำงานจะอยู่ในกลุ่มคน Gen Y ซึ่งเป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ดังนั้นการที่ระบบราชการมีการพัฒนารูปแบบการทำงานโดยนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ จึงเป็นสิ่งที่สร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กับข้าราชการไม่มากนักน้อย (วิไลพร ทวีลาภพันทอง, 2556; หัษวิญญู หอมจำปา, 2557) ยกตัวอย่างเช่น การนำ Gamification มาใช้ในงานฝึกอบรม แทนการศึกษาจากตำราหรือการส่งข้าราชการไปฟังการบรรยาย หรือใช้รูปแบบ Simulation ในการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรม โดยอาศัยกรณีศึกษาต่างๆ มาทำเป็นโจทย์เพื่อให้ข้าราชการฝึกแก้ปัญหาเสมือนจริง หรือ แม้แต่งานบริหารความเสี่ยงในองค์กรภาครัฐต่างๆ เป็นต้น (ศูนย์สรรหาและเลือกสรร สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, มปป.)

บทส่งท้าย

นวัตกรรมการสรรหาสำหรับในภาคราชการโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนซึ่งเป็นองค์กรหลักที่ทำหน้าที่ในการการสรรหา บรรจุ และแต่งตั้งข้าราชการพลเรือน ตามพระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการพลเรือน 2551 จะต้องให้ความสำคัญ โดยเฉพาะในกระบวนการสรรหาที่อาจกล่าวได้ว่า 10 ปีจากนี้ หน่วยงานราชการจะต้องสูญเสียบุคลากร Gen BB ที่เกษียณอายุงาน และแทนที่ด้วยบุคลากร Gen Y ดังนั้นการสร้างสรรควิธีการในการค้นหาบุคลากรที่มีความเหมาะสมมาร่วมงานกับภาคราชการจะสามารถสร้างความได้เปรียบและเพิ่มขีดความสามารถในการค้นหาผู้สมัครด้วย ในขณะที่ภาคเอกชนเองก็ให้ความสำคัญกับการสรรหาไม่แพ้กัน เนื่องจากทุกองค์กรต่างก็ให้ความสำคัญกับ “คน” เป็นหัวใจสำคัญ เพราะการที่ได้บุคลากรที่มีความรู้ ทักษะความสามารถที่รอบด้าน และประสบการณ์จะทำให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ ดังนั้นวิธีการสรรหาที่ “ใช่” สำหรับคน Gen Y จะต้องเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคน Gen Y ซึ่งต้องการแสงสว่างงานที่ท้าทาย การทำงานเป็นทีม การพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในงานและตนเอง ซึ่งแน่นอนว่าการนำวิธีการสร้างแบรนด์นายจ้าง (Employer Branding) เพื่อการสรรหาบุคลากรมาใช้ จะช่วยให้องค์กรสามารถสื่อสารและดึงดูดคน Gen Y เข้ามาสมัครงานได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้การนำเทคโนโลยีอย่าง Gamification มาใช้ ก็เป็นอีกวิธีการหนึ่งที่สามารถตอบโจทย์และดึงดูดคน Gen Y ได้ และที่สำคัญที่สุดคือเป็นวิธีการที่องค์กรอื่นๆ ยากที่จะลอกเลียนแบบได้ในช่วงระยะเวลาอันสั้น สิ่งเหล่านี้จึงเป็นเสมือนอาวุธลับขององค์กรในการต่อสู้แย่งชิงบุคลากรที่มีความสามารถได้รวดเร็วและน่าสนใจกว่าองค์กรอื่นๆ

อย่างไรก็ตาม การสร้างนวัตกรรมการสรรหาที่ผู้เขียนกลาวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าในบางแนวทางองการภาครัฐของไทยสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการสรรหาบุคลากรของภาครัฐได้ แต่สิ่งสำคัญที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรให้ความสนใจ คือ ความเหมาะสมกับบริบทขององการภาครัฐ เพราะในบางครั้งรูปแบบการสรรหาที่ใช่ในองค์กรอื่น แม้จะมีประสิทธิภาพมากเพียงใด ก็ไม่ได้เป็นสิ่งที่ยืนยันในความสำเร็จของการนำมาใช้ในอีกองค์กรหนึ่ง โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐที่เต็มไปด้วยข้อจำกัด

เอกสารอ้างอิง

- กมลพร สอนศรี.(2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการทำงานของข้าราชการ/พนักงานราชการ Generation Y. *วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 7(1), 39-66.
- กฤติน บัญเพ็ง. (2555). *กลยุทธ์การสรรหาบุคลากร*. กรุงเทพฯ: เอชอาร์ เซ็นเตอร์.
- กิริติ ยศยิ่งยง. (2552). *องค์กรนวัตกรรม*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐพันธุ์ เขจรนันท์. (2545). *การจัดการทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ทับขวัญ หอมจำปา. (2557). เมื่อ Gen Y ครองตลาดแรงงาน...บริษัทต้องปรับตัวอย่างไร. เข้าถึงจาก: <https://www.scbeic.com/th/detail/product/472>. (สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2563)
- นพ ศรัญญานาค. (2545). *พฤติกรรมองค์กร*. กรุงเทพฯ: สุตรไฟศาล.
- พรศิริ เจริญสืบสกุล. (2558). Gamification เทรนด์ใหม่ในการทำงานที่มากกว่าความสุข. *The New Move หนังสือวิชาการประจำปี 2558*. นนทบุรี: แอร์บอร์น พรินต์ จำกัด.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. *กำลังคนภาครัฐข้าราชการพลเรือนสามัญ 2562*. เข้าถึงจาก: <https://www.ocsc.go.th/sites/default/files/document/thai-gov-manpower-2562-o.pdf> (สืบค้นเมื่อ 19 ตุลาคม 2563).
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. *พระราชบัญญัติระเบียบข้าราชการพลเรือน 2551*. เข้าถึงจาก: https://www.ocsc.go.th/sites/default/files/attachment/law/act_law2551.pdf. (สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2563).
- วิไลพร ทวีลาภพันทอง. (2556). *ซีพี'59 Gen Y แห่ขึ้นแท่นผู้บริหาร เน้นธุรกิจปรับกลยุทธ์บริหารคนต่างยุค - รักษา Talent*. เข้าถึงจาก: <http://www.manager.co.th/Weekly54/ViewNews.aspx?NewsID=9560000069997>. (สืบค้นเมื่อ 25 มิถุนายน 2563).
- ศูนย์สรรหาและเลือกสรร สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (มปป.). *การดำเนินการสรรหาเชิงรุก*. เข้าถึงจาก <http://www.ocsc.go.th/sites/default/files/attachment/article/ocsc-2558-proactive-recruitment-strategy.pdf>. (สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2563).
- สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล. (2553). ระบบราชการไทยกับประชากร Generation Y: แล้วเราจะดึงดูดเขาได้อย่างไร? *ประชากรและการพัฒนา*, 30(5). เข้าถึงจาก <http://www.popterms.mahidol.ac.th/newsletter/showarticle.php?articleid=183>. (สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2563).
- สมาคมปริญญาโทสำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2016). *GenY กับการบริหารในองค์กร*. เข้าถึงจาก: <http://ex-mba-ku.or.th/?author=4>. (สืบค้นเมื่อ 7 กรกฎาคม 2563).
- สุรพงษ์ มาลี. (2556). *แนวทางการบริหารกำลังคนภาครัฐ*. เข้าถึงจาก: <http://www.md.go.th/hr/index.php/2014-05-01-09-44-55/831-2556-2558-/file>. (สืบค้นเมื่อ 8 กรกฎาคม 2563).
- ไอ เอ็ม บุ๊คส์. (2551). *COMPETENCY เพื่อการสรรหาและคัดเลือก*. กรุงเทพฯ: ไอ เอ็ม บุ๊คส์.
- Ben Rossi. (2014). Gamification: Not fun and games, but a serious HR tool. Available: <http://www.information-age.com/gamification-not-fun-and-games-serious-hr-tool123458498/>. (July 9, 2020).
- Brown, D. (2004). Unwanted online job seekers swamp HR staff. *Canadian HR Reporter*, 17(7), 1-2.
- Chapman, D. S., Uggerslev, K. L., Carroll, S. A., Piasentin, K. A., and Jones, D. A. (2005). Applicant attraction to organizations and job choice: A meta-analytic review of the correlates of recruiting outcomes. *Journal of Applied Psychology*, 90(5), 928-944.

- Cober, R. T., Brown, D. J., Levy, P. E., Cober, A. B., & Keeping, L. M. (2003). Organizational web sites: Web site content and style as determinants of organizational attraction. *International Journal of Selection and Assessment*, 11(2-3), 158-169.
- HCL Technology. (2013). *Gamification: Forrester Groundswell Awards 2013 entry*. Available: <https://www.hcltech.com/gamification>. (8 July 2020).
- Jorgensen, B. S. (2003). Baby Boomers, Generation X and Generation Y? Policy implications for defence forces in the modern era. *Foresight*, 5(4), 41-49.
- Laura S. (2016). *Company Profile and Job Information for Google*. Available: <https://www.thebalance.com/google-overview-company-culture-and-history-2071320>. (10 July 2020).
- Nielsen, J. (2000). *Designing web usability: The practice of simplicity*. Indianapolis: New Riders Publishing.
- Pastore, M. (2000). *Web expands role in corporate recruiting*. Available: <http://www.clickz.com/clickz/news/1710247/web-expands-role-corporate-recruiting>. (29 June 2020).
- PWC. (2013). *PwC's NextGen: A global generational study*. Available: http://www.pwc.com/en_GXJgxlhr-management-services/pdf/pwc-nextgen-study-2013.pdf. (29 June 2020).
- Rogers, E.M. (1995). *Diffusion of innovations*. (4th ed.). New York: The Free Press.
- Selden, S. & Orenstein, J. (2011). Government e-recruiting web sites: The influence of e-recruitment content and usability on recruiting and hiring outcomes in US state governments. *International Journal of Selection and Assessment*, 19(1), 31-40.



วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (MPA)

เปิดรับสมัครนักศึกษา...

สำหรับ... บุคลากรภาครัฐที่ต้องการปรับวุฒิการศึกษา
บุคคลทั่วไปที่ต้องการเป็นข้าราชการ และข้าราชการส่วนท้องถิ่น
บุคลากรภาคเอกชนที่ต้องการเรียนรู้ด้านการบริหาร

เนื้อหาทันสมัย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน และนำไปใช้ปฏิบัติได้จริง
เรียนรู้กับคณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณภาพและมากประสบการณ์
หลักสูตรได้รับการรับรองจาก สกอ.
มหาวิทยาลัยของรัฐ

จบตามระยะเวลา 1 ปีครึ่ง

สมัครเลยที่ >>> <https://www.rcim.in.th> 092-442-8000



อนาคตแรงงานไทยภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง

The Future of Thai Workers in Changing Economy

ธิวา ดอนลาว¹ สมพร เฟื่องจันทร์² เพ็ญศรี ฉิรินัง³ และวิวัฒน์ กรมดิษฐ์⁴

Thiwa Donlao¹ Somporn Fuangchan² Pensri Chirinang³ and Vivat Kromadit⁴

¹ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

^{2,3} อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

⁴ ผู้ทรงคุณภายนอก วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

E-mail: thiwa1414@gmail.com, somporn.fua@rmutr.ac.th, pensri.chi@rmutr.ac.th, vivat@kromadit.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ในการนำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาสมรรถนะแรงงานไทย เพื่อให้แรงงานไทยสามารถเผชิญกับกระแสเศรษฐกิจโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง รวดเร็ว และซับซ้อนมากขึ้นในปัจจุบัน รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจของโลกแบบใหม่ตามกระแสอุตสาหกรรม 4.0 ที่เป็นการเปลี่ยนไปใช้เทคโนโลยีใหม่และวิธีการทำธุรกิจที่เป็นนวัตกรรมใหม่ แรงงานจะเป็นกลไกที่สำคัญที่สุดในการเปลี่ยนแปลงบนโลกเศรษฐกิจสมัยใหม่นี้ ด้วยเหตุที่ว่าแรงงานจะเป็นผู้ใช้เทคโนโลยีและวิทยาการสมัยใหม่นั้นๆ ประเทศไทยก็เป็นหนึ่งในหลายๆ ประเทศที่มีนโยบายที่จะผลักดันประเทศให้สามารถรองรับกับการเปลี่ยนแปลงของโลกดังกล่าว จึงได้ขับเคลื่อนนโยบายที่เรียกว่า ประเทศไทย 4.0 ขึ้น เพื่อปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่การขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมที่ต้องแข่งขันกันด้วยความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ นวัตกรรม และการเชื่อมต่อทางเครือข่ายในรูปแบบคอมพิวเตอร์ของทุกสรรพสิ่ง อย่างไรก็ตามสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ระบบการควบคุมการทำงานแบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ในการที่จะเข้ามาทำงานแทนแรงงานไทย รวมถึงผลกระทบของวิกฤติเชื้อไวรัส โควิด19 ที่มีผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกในปัจจุบัน ซึ่งมีผลต่อเศรษฐกิจและระดับการจ้างงานทั่วโลกและประเทศไทย รวมทั้งภาวะปัญหาทางเศรษฐกิจอื่นๆ ที่เกิดขึ้น การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะมีผลต่ออนาคตของแรงงานไทยโดยเฉพาะการจ้างงาน ด้วยเหตุนี้แรงงานไทยจะต้องมีสมรรถนะและการพัฒนาสมรรถนะขั้นพื้นฐาน ซึ่งหมายถึง ความรู้หรือ ทักษะพื้นฐานที่บุคคลจำเป็นต้องมีในการทำงาน และสมรรถนะที่ทำให้บุคคลแตกต่างจาก เพื่อที่จะทำให้แรงงานไทยมีทักษะ ความรู้ คุณลักษณะ แรงจูงใจและทัศนคติในการทำงาน มีทักษะและมีฝีมือที่สามารถปรับตัวและพัฒนาตนเองให้รองรับกับภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงดังกล่าว พร้อมๆ กับการสนับสนุนจากภาครัฐ ภาคเอกชน

คำสำคัญ: แรงงาน อนาคต เศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลง โควิด19

Abstract

The objective of this article was to represent the concepts related to the competency development of Thai workers so that could face to the fast-paced global dynamics with high complexity. Included, new global economic environments had emerged alongside with the trend of Industry 4.0, which was the transition to new business technology and innovations. In this modern world of economy, labor was projected to be a key mechanism for changes as workers were the operators of the modern technology. Among many countries, Thailand had a stimulation policy to facilitate these transitions, and it was known as Thailand 4.0. This policy was mandated to adjust its economic structure to embraced drive by innovations, promoted competitions of knowledge, creativity, and innovations, as well as supported the utilization of Internet of Things in networking. Nevertheless, it was inevitable that automation and robots would replace Thai workers, and the impacts of the COVID-19 crisis would remain significant barriers to today's world economy. These influencing factors affected

economies and rates of employment both in Thailand and other countries throughout the world. Furthermore, other emerging economic issues would also contributed changes to the future of Thai workers, especially their employment. Hence, it was vital for them to enhanced threshold abilities competencies (i.e., required knowledge or fundamental skills for individuals to work), developed differentiating outstanding competencies (i.e., the work-related skills, knowledge, characteristics, motivation, and attitudes that facilitated their self-adjustment and development to survived in the changing economic conditions), and took support from the public and private sectors.

Keywords: Labor, Future, Economy, Change, COVID-19

บทนำ

โลกของการทำงานกำลังประสบกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ทั้งด้านความเร็วและขนาด ประเทศไทยเช่นเดียวกับประเทศอื่นๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ต้องเผชิญกับความท้าทายที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 มีแนวคิดหลักที่ว่า โลกจะก้าวสู่การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ภายใน 20 ปีข้างหน้าเป็นการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจครั้งใหม่ รูปแบบกระบวนการผลิตแบบใหม่ ซึ่งใช้การเชื่อมต่อระหว่างสินค้า ข้อมูล และบริการ ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตให้เกิดเป็น “Smart Factory” จะเป็นยุคแห่งการบูรณาการโลกของการผลิต เข้ากับการเชื่อมต่อทางเครือข่ายในรูปแบบ “The Internet of Things” (IoT) และมีการใช้ปัญญาประดิษฐ์ หรือหุ่นยนต์ (Robots) ทำงานแทนมนุษย์หรือทำงานร่วมกับมนุษย์ (Will Baxter, 2017) ในอนาคตอาจกล่าวได้ว่างานหลายประเภทอาจจะหายไป หรือแรงงานอาจต้องทำงานร่วมกับหุ่นยนต์หรือปัญญาประดิษฐ์มากขึ้น โดยงานที่จะถูกทดแทนอย่างรวดเร็ว คือ งานที่ต้องทำเป็นประจำ (Routine) ตั้งแต่งานระดับไร้ฝีมือไปจนถึงงานมีฝีมือ แรงงานจะมีความเสี่ยงจะตกงานมากขึ้น ซึ่งคาดการณ์ว่าประเทศไทยจะมีแรงงานอยู่ในกลุ่มเสี่ยงนี้ประมาณร้อยละ 72 ของแรงงานทั้งหมด และนอกจากนี้อุตสาหกรรม 4.0 จะส่งผลกระทบต่อแนวโน้มการจ้างงาน ถึงร้อยละ 44 แรงงานในภาคอุตสาหกรรมการผลิตจะเปลี่ยนจากแรงงานฝีมือเป็นแรงงานที่ต้องมีความรู้ด้านการติดตั้งโปรแกรม และควบคุมเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพสูง นอกจากนี้ยังต้องการแรงงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ แก้ปัญหด้วยตัวเองได้ รวมทั้งมีความรู้ความชำนาญด้านเทคนิคและเทคโนโลยีสารสนเทศ และการสร้างงานใหม่ และคาดการณ์ว่าอีก 10 ปีข้างหน้า งานมากกว่า 65 เปอร์เซ็นต์จะเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการเขียนโปรแกรมเพื่อควบคุมเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพสูง หรือการจัดการข้อมูล ขนาดใหญ่ (Big data) มีการคาดการณ์ว่า 1 ใน 3 ของงานในปัจจุบันจะไม่มีค่าจ้างอีกต่อไปในอนาคตโดยกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งทางกระบวนการผลิต เศรษฐกิจ อุตสาหกรรม อันส่งผลต่อการใช้ชีวิตของมนุษย์และปรากฏการณ์ทางด้านแรงงานในอนาคต (กิริยา กุลกลการ, 2561) อุตสาหกรรม 4.0 ในประเทศไทยเป็นหนึ่งในแผนงานในแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2560-2579 และอยู่ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 ซึ่งแผนดังกล่าวมีความสอดคล้องกับไทยแลนด์ 4.0 ที่ใช้นวัตกรรมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในอนาคต รวมถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดแรงงาน เพื่อนำประเทศไปสู่ ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนด้วยการสร้างความเข้มแข็งตามแนวคิดของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อย่างไรก็ตามสิ่งที่ควรคำนึงถึงไปพร้อมกัน คือ ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโดยเฉพาะผลกระทบด้านแรงงาน (สุกัญญา ศุภกิจอำนวยการ, 2559) ประกอบกับปัจจุบันประเทศไทยยังประสบกับอุปสรรคหรือภัยคุกคาม (Threats) ที่อาจกระทบต่อเศรษฐกิจการจ้างแรงงานในประเทศไทยได้ เช่น สงครามทางการค้าจีนและสหรัฐที่มีผลต่อการส่งออกของประเทศลดลง การจ้างงานลดลง คนรุ่นใหม่ Gen-Y มีค่านิยมและรูปแบบการดำเนินชีวิตชอบทำงานอิสระทำธุรกิจผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และไม่นิยมเข้าสู่แรงงานในระบบ และปัญหาอัตราการเกิดของประชากรไทยลดลง ซึ่งคาดการณ์ว่าปี 2576 อัตราเกิดอาจลดลงเหลือ 600,000 คนต่อปี จากอดีตปี 2520 ที่มีอัตราการเกิดมากกว่า 1,000,000 ต่อปี การมีค่านิยมในการทำงานในสำนักงานและค่านิยมการศึกษาที่เน้นให้บุตรหลานศึกษาในสายสามัญมุ่งสู่ปริญญาตรีมากกว่าสายอาชีพ ทำให้กำลังแรงงานสายอาชีพมีไม่เพียงพอในการพัฒนาประเทศ และยังพบว่าการผลิตกำลังคนเข้าสู่การจ้างงานของประเทศ ไม่สอดคล้องและไม่ทันกับความต้องการกำลัง แรงงานของประเทศ ทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพหรือขาดทักษะฝีมือที่มีความจำเป็น (กรมการจัดหางาน, กระทรวง

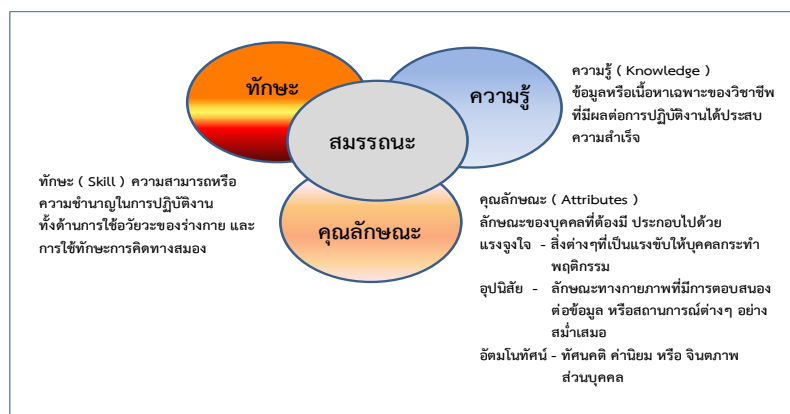
แรงงาน, 2560) นอกจากนี้ ผลกระทบจากวิกฤติ Covid-19 คาดว่าที่คาดว่าจะสร้างมูลค่าความเสียหายทางเศรษฐกิจของไทย โดยมีการประเมินว่าจะทำให้ GDP โลกลดลง 54,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็น 0.14% รวมถึงจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทยไม่ต่ำกว่า 6 เดือนและคาดว่าจะสูญเสียรายได้กว่า 2.5 แสนล้านบาท มากไปกว่านั้นผลพวงจากการใช้ระยะห่างทางสังคม(Social Distancing) ก่อให้เกิดวัฒนธรรมและการคุ้นชินกับระบบสังคมไร้เงินสด การทำงานทางไกล วิกฤติครั้งนี้ทำให้เกิดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีมากยิ่งขึ้นและเกิดวิธีทำธุรกิจแนวทางใหม่ที่มีการให้บริการแก่ผู้บริโภคทางออนไลน์มากขึ้นทั้งการค้า การศึกษา และธุรกิจบันเทิง ซึ่งเป็นการใช้เทคโนโลยีเข้ามาแทนแรงงานมากยิ่งขึ้นในภาวะเศรษฐกิจของตลาดโลกที่ลดต่ำลงและมีการแข่งขันด้านแรงงานสูง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อระดับการจ้างงานทั่วโลกและรวมทั้งประเทศไทยด้วยเช่นกัน (เสาวณี จันทะพงษ์ และทศพล ต้องหุ้ย, 2563)

ดังนั้นจากความท้าทายที่มีต่อประเทศไทยในยุคของภาวะเศรษฐกิจที่กำลังเปลี่ยนแปลงดังกล่าว การนำเสนอบทความในครั้งนี้ จึงมีวัตถุประสงค์นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาสมรรถนะแรงงานไทย เพื่อให้แรงงานไทยสามารถพัฒนาตนเองเพื่อสามารถเผชิญกับกระแสเศรษฐกิจโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง รวดเร็ว และซับซ้อนมากขึ้นในปัจจุบัน

แนวความคิดเกี่ยวกับสมรรถนะและการพัฒนาสมรรถนะ

คำว่า “Competency” นั้นนักวิชาการที่ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องนี้มักให้คำแปลและคำจำกัดความไว้แตกต่างกันมากมายตามความเข้าใจและความเชื่อของแต่ละบุคคล หรือ แต่ละสถาบัน ตั้งแต่แปลว่า ความสามารถ ชีตความสามารถ สมรรถนะ สมรรถภาพ และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ โดยสมรรถนะ หมายถึง ความรู้ ทักษะ พฤติกรรม และคุณลักษณะของบุคคลซึ่งจำเป็นต่อการปฏิบัติงานในตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ (จิระประภา อัครบวร , 2549) นอกจากนี้นักวิชาการในต่างประเทศ (Spencer, L. M. & Spencer, S. M., 1993) ได้ให้ความหมายว่า สมรรถนะ ว่าเป็นคุณลักษณะส่วนบุคคล อยู่ภายในของบุคคลที่มีความสัมพันธ์อย่างมีเหตุผลกับประสิทธิภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน และหรือ ผลการปฏิบัติงานที่สูงกว่าในการทำงานหรือในสถานการณ์หนึ่ง และได้ระบุว่า สมรรถนะ สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) สมรรถนะขั้นพื้นฐาน (Threshold Abilities Competencies) หมายถึง ความรู้หรือ ทักษะพื้นฐานที่บุคคลจำเป็นต้องมีในการทำงาน เช่น ความสามารถในการอ่าน ความรู้ในสินค้าที่ ตนขายอยู่ประจำ เป็นต้น และ 2) สมรรถนะที่ทำให้บุคคลแตกต่าง จากผู้อื่น (Differentiating Outstanding Competencies) หมายถึง ปัจจัยที่ทำให้บุคคลมีผลการ ทำงานสูงกว่ามาตรฐานหรือดีกว่าบุคคลทั่วไป ซึ่ง Competency ในกลุ่มนี้จะมุ่งเน้นในการใช้ ความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะอื่นๆ รวมถึง ค่านิยม แรงจูงใจ และทัศนคติ ที่จะช่วยให้เกิด ผลสำเร็จที่ดีเลิศในงาน นอกจากนี้ได้อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับองค์ประกอบของสมรรถนะสมรรถนะที่ส่งผลให้แสดงออกถึงพฤติกรรมในการทำงานที่โดดเด่น มีประสิทธิภาพและได้ผลของการปฏิบัติงานตรงตามเป้าหมายหรือตามวัตถุประสงค์ขององค์กรว่า จะต้องประกอบด้วยคุณลักษณะพื้นฐาน คือ แรงจูงใจ (Motive) อุปนิสัย (Trait) เป็นคุณลักษณะทางกายภาพของบุคคล ซึ่งจะแสดงออกมา อัตมโนทัศน์ (Self-Concept) หรือความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง อาจรวมถึง ทัศนคติ (Attitude) ค่านิยม (Value) จินตภาพส่วนบุคคล (Self-Image) เป็นต้น บทบาททางสังคม (Social Role) หมายถึง สิ่งที่บุคคลต้องการสื่อให้ผู้อื่นในสังคมเห็นว่าตัวเขามีบทบาทต่อสังคมอย่างไรบ้าง ความรู้ (Knowledge) หมายถึง ข้อมูล ความรู้ ความเข้าใจในหลักการ

แนวคิดต่างๆ ที่บุคคลจำเป็นต้องมีในสาขาวิชาชีพ และหกทักษะ (Skills) หมายถึง ความสามารถ ความชำนาญหรือความคล่องแคล่วในการปฏิบัติ (Spencer, L. M. & Spencer, S. M., 1993) ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงองค์ประกอบของสมรรถนะ

ที่มา: ดัดแปลงมาจาก Spencer, L. M. & Spencer, S. M. (1993)

ในส่วนความหมายของการพัฒนาสมรรถนะ(Competency Development) หมายถึงการพัฒนาความสามารถของพนักงานไปจนถึงผู้บริหารระดับสูง ประกอบไปด้วยความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) และคุณลักษณะพิเศษส่วนบุคคล (Personnel Attribute) ในการทำงานที่ได้รับมอบหมายในปัจจุบัน เพื่อให้สามารถทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น รวมถึงการพัฒนาความสามารถเพื่อเตรียมความพร้อมของพนักงานในการเลื่อนตำแหน่งงานที่สูงขึ้นหรือการรับมอบหมายงานใหม่ในหน่วยงานใหม่ (อารณ ภูวพิพนธ์, 2552)

ในทัศนะของผู้เขียน เกี่ยวกับการพัฒนาสมรรถนะหมายถึง การพัฒนาสมรรถนะพนักงานหรือแรงงานซึ่งจะมีรูปแบบการพัฒนาที่แตกต่างกันไปตามลักษณะงาน สถานการณ์หรือตามปัญหาที่เกิดขึ้นของแต่ละองค์กร การพัฒนาสมรรถนะอาจจะอยู่ในรูปแบบของ การฝึกอบรม การสัมมนา การศึกษาดูงาน การฝึกอบรมในงาน การเรียนรู้ผ่านระบบคอมพิวเตอร์ หรือออนไลน์ ทั้งนี้เพื่อก่อประโยชน์กับพนักงานให้มีความสามารถ มีทักษะและความรู้ใหม่ๆ เพื่อการปรับตัวให้เข้ากับลักษณะงานที่อยู่ปัจจุบันที่อยู่บนรูปแบบหรือระบบงานใหม่ที่ใช้ระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยและระบบดิจิทัล เป็นต้น

การวิเคราะห์ผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงต่ออนาคตแรงงานไทย

จากการผันเปลี่ยนระบบการผลิตและบริการไปสู่ยุค 4.0 พบว่า หน่วยงานวิจัยหลายแห่งคาดการณ์ถึงแนวโน้มที่เทคโนโลยีสมัยใหม่ทั้งระบบอัตโนมัติ หุ่นยนต์ AI IoT (Internet of Things) ที่ใช้อย่างแพร่หลายในการผลิตสินค้าบริการและในชีวิตประจำวันจะมาทดแทนหรือถึงขั้นยึดครองตลาดแรงงาน ซึ่งองค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ OECD (2018) มีการประเมินว่าในอีก 15 ปีข้างหน้า แรงงานมีความเสี่ยงสูงที่จะถูกทดแทนด้วยระบบอัตโนมัติ 14% ของ และอีก 30% จะเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทักษะที่ใช้ในการทำงานอย่างมาก และรายงานล่าสุดของ McKinsey Global Institute เดือนกุมภาพันธ์ 2562 คาดว่าประมาณครึ่งหนึ่งของงาน (Work Activities) ที่เคยใช้แรงงานคนจะถูกทดแทนโดยระบบอัตโนมัติ นอกจากนี้ หลายประเทศทั่วโลกต่างประสบปัญหาของการไม่สามารถสร้างเยาวชนและคนวัยทำงานให้มีทักษะการทำงานและทักษะชีวิตที่สูงพอที่จะเผชิญการทำงานยุคเทคโนโลยีเปลี่ยนโลก (เสาวณี จันทะพงษ์ และกัมพล พรพัฒน์ไพศาลกุล, 2562) หนึ่งในสามของกำลังแรงงานทั่วโลกอาจถูกแทนที่ด้วยระบบอัตโนมัติภายในปี 2573 สำหรับในประเทศไทยคาดว่าจะส่งผลให้แรงงานถูกแทนที่ด้วยระบบอัตโนมัติในช่วงเวลาเดียวกัน 17-18% (Patrick, 2018) และจากการศึกษาขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ (ILO) กรณีศึกษาประเทศไทยพบว่ามีคนงานถึง 98% มีความเสี่ยงจะถูกแทนที่ด้วยระบบอัตโนมัติโดยเฉพาะอาชีพที่มีความเสี่ยงสูงที่สุด ได้แก่ อาชีพเกษตรกร แรงงานในฟาร์ม ผู้ช่วยฝ่ายขายในร้านค้าปลีก ผู้ผลิตปศุสัตว์ และผลิตภัณฑ์นม พนักงานขายอาหาร พนักงานสำนักงาน และพนักงานบัญชี/พนักงานที่เริ่มต้นงานใหม่ ซึ่งคาดว่าจะมีผลกระทบต่อแรงงาน

ประมาณ 9.2 ล้านตำแหน่ง (Chang J. & Huynh P., 2016) ผลกระทบจากการใช้ปัญญาประดิษฐ์ หรือ AI เข้ามาทดแทนแรงงานคน พบว่าใน 20 ปีข้างหน้าจะเกิดกรณีที่เลวร้ายที่สุดสำหรับแรงงานไทย ซึ่งอาจมีความเสี่ยงที่จะตกงานได้มากถึง 12 ล้านคน จากการใช้หุ่นยนต์และย้ายฐานการผลิต โดยระบุว่ากลุ่มที่น่าเป็นห่วงคือพนักงานระดับปฏิบัติการในโรงงานที่มีหน้าที่ควบคุมเครื่องจักร ทำส่วนประกอบต่างๆ เสมิน หรือที่เรียกว่ากลุ่มที่มีทักษะต่ำ (Low Skill) อีกกลุ่มที่น่ากังวลคือกลุ่มการศึกษาระดับประถมศึกษาที่มีความเสี่ยงตกงานได้มากถึง 5 ล้านคน ซึ่งแรงงานที่มีอายุ 35-44 ปีขึ้นไปจะมีความเสี่ยงมากที่สุด เนื่องจากยิ่งอายุมากขึ้นการเรียนรู้ทักษะใหม่ (Reskill) จะทำได้ยากขึ้น และอาชีพพนักงานบริการตามร้านค้าต่างๆ พนักงานขาย หรือแม้กระทั่งเกษตรกร และชาวประมง ล้วนมีแนวโน้มที่จะตกงานมากขึ้น เพราะการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีในปัจจุบัน ที่คนสามารถเข้าถึงข้อมูลสินค้าต่างๆ ได้ง่ายขึ้น เกิดการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ และในส่วนภาคการเกษตรและประมงได้นำเอาเครื่องมือเครื่องจักรขนาดใหญ่มาใช้งานมากขึ้น (ภัทรา ชวนชม, 2562)

การวิเคราะห์ผลกระทบของการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 ต่อระบบเศรษฐกิจ

ผลการวิเคราะห์จากรายงาน ILO Monitor ครั้งที่ 3 ขององค์กรแรงงานสากล หรือ ไอแอลโอ (ILO) พบว่าความสูญเสียที่เกิดขึ้นของการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 มีผลต่อชั่วโมงการทำงานในไตรมาสที่สองของปี 2020 คาดว่าจะลดลง 10.5 เปอร์เซ็นต์หรือเทียบเท่ากับงานเต็มเวลา 305 ล้านงาน (โดยสมมติฐานใช้เวลา 48 ชั่วโมงต่อสัปดาห์) ตามที่ได้ประมาณการก่อนหน้านี้ว่าจะมีการลดลงร้อยละ 6.7 หรือเท่ากับจำนวนคนงานเต็มเวลา 195 ล้านคน ซึ่งสาเหตุจากการขยายมาตรการล็อกดาวน์ และการปิดตัวของภาคธุรกิจทั่วโลกมากถึง 436 ล้านแห่ง นอกจากนี้ผลกระทบด้านวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นยังมีผลเสียอย่างมากต่อแรงงานเศรษฐกิจนอกระบบเกือบ 1.6 พันล้านคน จากทั้งหมด 2 พันล้านคนหรือเกือบจะเป็นครึ่งหนึ่งของแรงงานโลก จากจำนวนแรงงานทั่วโลก 3.3 พันล้านคน คาดว่าผลจากวิกฤตจะส่งผลให้รายได้ของแรงงานนอกระบบทั่วโลกลดลง 60% ผลพวงจากการระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 จะทำให้แรงงาน 1,600 ล้านคนอาจสูญเสียวิถีชีวิตที่เคยเป็น หลังจากสูญเสียชั่วโมงทำงาน หรือคิดเป็นสัดส่วนเกือบ 50% ของแรงงานทั่วโลก (Kandukuru, 2020)

ในส่วนที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย องค์กรแรงงานสากลหรือ ไอแอลโอ ระบุว่า กำลังส่งผลกระทบอย่างมากต่อเศรษฐกิจไทยเนื่องจากตัวเลขนักท่องเที่ยวและการส่งออกสินค้าของไทยได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง ที่เกิดจากผลของการชะลอตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า และการหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทานในหลายประเทศ จากการเปิดเผยข้อมูลล่าสุดของธนาคารแห่งประเทศไทย คาดว่า GDP ของประเทศไทยอาจลดลงร้อยละ 5.3 ในปี 2563 นอกจากนี้ ข้อมูลอ้างอิงจากหอการค้าไทยประเมินว่าการลดลงของเศรษฐกิจมีแนวโน้มว่าจะส่งผลกระทบต่อแรงงานจำนวนมาก ถ้าการระบาดใหญ่ยังคงต่อเนื่องไปอีก 2-3 เดือน โดยพบว่าปัจจุบันมีคนงานตกงานประมาณ 7 ล้านตำแหน่งแล้วและมีแนวโน้มว่าจะสูงถึง 10 ล้านตำแหน่ง (Anna E. & Kuanruthai S., 2020)

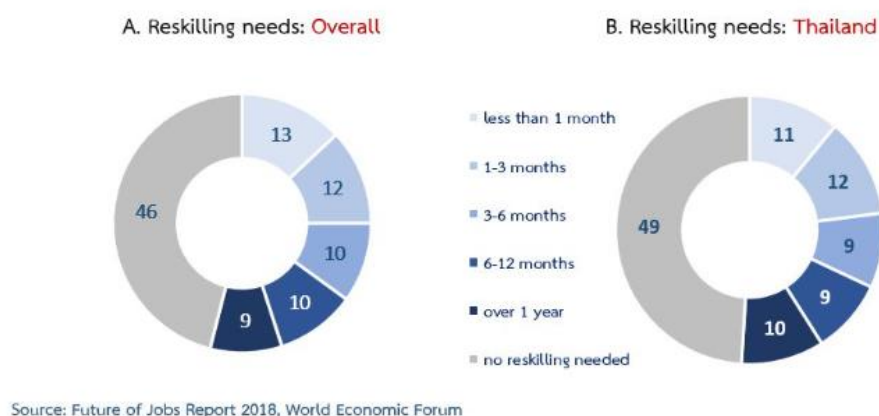
การวิเคราะห์สถานการณ์ด้านแรงงาน

ผลการวิเคราะห์ด้านแรงงานพบว่าภาวะการทำงานของประชากร ไตรมาสที่ 4 ตุลาคม-ธันวาคม ปี 2562 พบว่ามีผู้ว่างงานประมาณ 3.71 แสนคน คิดเป็นอัตราการว่างงาน ร้อยละ 1.0 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน พบว่าผู้ว่างงานเพิ่มขึ้นประมาณ 1.2 หมื่นคน โดยพบว่าระดับการศึกษาที่มีผู้ว่างงานมากที่สุด คือ ระดับปริญญาตรี 1.00 แสนคน คิดเป็นอัตราการว่างงาน ร้อยละ 1.86 มีผู้ที่อยู่ในกำลังแรงงาน 37.97 ล้านคน และพบว่ามีจำนวนผู้มีงานประมาณ 37.48 ล้านคน และมีผู้ที่ไม่อยู่ในกำลังแรงงาน มีจำนวน 18.71 ล้านคน พบว่าผู้มีงานทำระดับการศึกษาประถมศึกษา ต่ำกว่าประถมศึกษา ปฐมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย ปวช./ปวส. จำนวนรวม 22.93 ล้านคน นายจ้าง/สถานประกอบการมีความต้องการแรงงานที่จบการศึกษาระดับ ปวช.-ปวส./อนุปริญญามากที่สุด ร้อยละ 35.06 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 34.56 และระดับประถมศึกษา ร้อยละ 17.93 ตามลำดับ (กองบริการข้อมูลแรงงาน, 2562) สอดคล้องกับข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติระบุว่า การจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมเปรียบเทียบครึ่งปีแรกของปี 2561/2562 ตัวเลขผู้มีงานทำลดลงติดลบ 8.0%

ภาคอุตสาหกรรมและภาคท่องเที่ยวใกล้เคียงกันลดลง 6.2% ภาคค้าส่ง-ค้าปลีกลดลง 4.35% ภาคเกษตรเป็นภาคส่วนเดียวที่การจ้างงานเพิ่มขึ้น 3.8% (หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์, 2562) นอกจากนี้จากการศึกษา แนวโน้มประชากรไทยตามการประมาณการของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ระหว่างปี 2553-2583 พบว่าจำนวนประชากรไทยจะมีมากที่สุดในปี 2569 มีจำนวนทั้งสิ้น 66.38 ล้านคน และในช่วงปี 2564 จำนวนผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป โดยจะมีสัดส่วนร้อยละ 20 ของจำนวนประชากรทั้งหมด ซึ่งหมายถึงการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเต็มรูปแบบของประเทศไทยที่จะทำให้กำลังแรงงานอายุ 15-59 ปี มีจำนวนลดลงตลอดตั้งแต่ปี 2560 เป็นต้นไป (กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน, 2561)

การพัฒนาสมรรถนะแรงงานไทยเพื่อการก้าวทันเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง

ผลจากรายงาน “The Future of Jobs Report 2018” ของ World Economic Forum ซึ่งสำรวจผู้ประกอบการทั่วโลกถึงความจำเป็นในการพัฒนาทักษะแรงงานภายในปี 2565 พบว่า 54% ของแรงงานทั้งหมดต้องได้รับการพัฒนาทักษะทั้งการ Reskill และ Upskill และ ในส่วนของประเทศไทยรายงานระบุว่าผู้ประกอบการให้ความเห็นสอดคล้องกับภาพรวมทั่วโลก กล่าวคือประมาณครึ่งหนึ่งของแรงงานไทยต้องได้รับการพัฒนาทักษะทั้งด้าน “Technical Skill” โดยเฉพาะการคิดวิเคราะห์และการคิดเชิงนวัตกรรม และความคิดเชิงสร้างสรรค์และความคิดริเริ่ม รวมถึง “Human skill” ที่สามารถเข้าใจจิตใจและอารมณ์ของผู้อื่นได้ ซึ่งหุ่นยนต์ไม่สามารถเรียนรู้สิ่งเหล่านี้ได้ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังภาพที่ 2 (เสาวณี จันทะพงษ์, 2562)



ภาพที่ 2 Expected average Reskilling Needs Across Companies by Share of Employees, 2018 - 2022

เมื่อพิจารณาถึงการเตรียมความพร้อมด้านแรงงานของไทย รายงานเศรษฐกิจโลกอ้างว่า ร้อยละ 65 ของเด็กที่เข้าโรงเรียนวันนี้ จะเป็นกลุ่มที่ทำงานในประเภทงานใหม่ที่ยังไม่มีอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งรัฐบาลไทยได้คาดการณ์ว่าในอีกสี่ปีข้างหน้า ภาคเอกชนในประเทศไทยจะต้องการแรงงานที่สำเร็จการศึกษาวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีวิศวกรรมศาสตร์และคณิตศาสตร์ (STEM) จำนวน 107,000 คนเพื่อตอบสนองความต้องการของอุตสาหกรรม ซึ่งหมายถึงว่ารัฐบาลจะต้องผลิตนักเรียน STEM เพื่อให้ได้ 50% ของแต่ละชั้นเรียนที่เรียนจบในเวลาเพียงเจ็ดปี (Ara, 2019) ในขณะที่สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (KMUTL) สามารถผลิตบัณฑิตทางวิศวกรรมด้าน AI และหุ่นยนต์ได้เพียง 2,000 คน เมื่อเทียบกับความต้องการของตลาดแรงงานที่ต้องการมากถึง 10,000 ต่อปี อย่างไรก็ตามแม้มีความต้องการที่นักเรียน STEM มากดังกล่าว ปัจจุบันยังพบว่า นักศึกษาที่จบออกมาในสายสังคมศาสตร์มากถึง 70% ในแต่ละปี (PATRICK COOKE, 2018) นอกจากนี้ยังพบปัญหาช่องว่างทางทักษะแรงงาน (Skill Gap) ที่หมายถึง การที่แรงงานมีทักษะในการทำงานไม่เพียงพอที่จะทำงานในความรับผิดชอบได้ตามความ

คาดหวังของนายจ้าง หรือมีคุณสมบัติไม่ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน ข้อมูลจากเว็ลด์อีโคโนมิกฟอรัม (The World Economic Forum: WEF) ระบุว่า ไทยมีสัดส่วนแรงงานฝีมือเทียบกับต่างชาติแล้วแค่ร้อยละ 14 ซึ่งในขณะที่ในเวลาเดียวกัน สวีเดน เยอรมัน สิงคโปร์ และฟินแลนด์ มีค่าเฉลี่ยรวมกันมากถึงร้อยละ 48 ซึ่งแสดงว่า คนครึ่งประเทศของกลุ่มประเทศเหล่านั้น เป็นแรงงานฝีมือ และพบว่าไทยมีสัดส่วนแรงงานไร้ฝีมือสูงสุดในอาเซียนถึงร้อยละ 84 (เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว, 2561)

ซึ่งทักษะที่มีความจำเป็นต่อแรงงานที่ต้องพัฒนาเพื่อให้พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงสถานการณ์เศรษฐกิจในยุคปัจจุบัน ได้แก่การแก้ปัญหาที่ซับซ้อน (Complex Problem Solving) การคิดอย่างมีวิจารณญาณ (Critical Thinking) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) การบริหารคน (People Management) การร่วมมือกับผู้อื่น (Coordinating with Others) ความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Intelligence) การลงความเห็นและการตัดสินใจ (Judgment and Decision Making) การใส่ใจความต้องการของลูกค้า (Service Orientation) การต่อรอง (Negotiation) ความยืดหยุ่นทางปัญญา (Cognitive Flexibility) (Alex Gray, 2016)

นอกจากการพัฒนาทักษะด้านแรงงานดังกล่าว วารสาร Thailand 4.0 and the Future of Work in the Kingdom ขององค์กรแรงงานโลก (ILO) ยังได้ให้ข้อเสนอแนะต่อประเทศไทยว่าบริษัทในไทยจะต้องมีการพัฒนาและทำการยกระดับทรัพยากรมนุษย์ การลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) กระบวนการผลิตแบบอัตโนมัติ เพื่อการทำงานที่คุ้นเคยกับระบบดิจิทัล ที่มุ่งสู่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ และเคลื่อนไปสู่สิ่งที่เป็ต้นฉบับด้านการออกแบบการผลิตมากขึ้น และการเป็นต้นแบบการผลิตแบบ รนด์ (Will Baxter, 2017) และควรที่จะมีการลงทุนอย่างเพียงพอในการพัฒนาทักษะของมนุษย์ด้านทักษะสังคมหรือ Soft Skills เช่นความเป็นผู้นำ ความคิดสร้างสรรค์ ความฉลาดทางอารมณ์ และการคิดเชิงวิพากษ์ ซึ่งการพัฒนาดังกล่าวจะสามารถช่วยลด จำนวนงานที่จะสูญเสียไปจากการใช้ระบบอัตโนมัติ (Adi, 2019)

แนวทางการพัฒนาแรงงานไทยสู่อนาคต

จากผลกระทบไวรัสโควิด-19 จะทำให้เกิดความปกติใหม่หรือวิถีใหม่ (New Normal) รูปแบบการดำเนินชีวิต การทำ ธุรกิจ การจ้างงานจะแตกต่างไปจากเดิมโดยเฉพาะตลาดแรงงานจะเปลี่ยนไปเป็นตลาดแรงงานบนบริบทของ New Normal ได้แก่ Business Downsize หรือการลดขนาดองค์กรให้เล็กลงโดยใช้เทคโนโลยีก้าวหน้ามากขึ้น หรือ Disruptive Technology จะเข้ามาแทนที่การใช้แรงงานมนุษย์ เช่น หุ่นยนต์ ระบบเอไอ ฯลฯ ตลาดแรงงานจะเปลี่ยนไปเป็น Labor Demand Changing จะเป็นตลาดแรงงานใหม่ภายใต้แพลตฟอร์มดิจิทัล เกิดการเปลี่ยนรูปแบบการจ้างงานโดยใช้ ฟรีแลนซ์ และเอาต์ซอร์สเพิ่มมากขึ้น องค์กรจะตระหนักและมองถึงคุณค่าของงาน Worth Returned Conceptual ที่มีในองค์กรแต่ละงานว่ามีความคุ้มค่าต่อการจ้างงานต่อไปหรือไม่ ซึ่งมีแนวโน้มที่จะเกิดการเร่งตัวของ New Normal Early Retire โอกาสจะเป็นของแรงงานวัยตอนต้น First Labor Aged Demand เพราะความต้องการตลาดแรงงานจะเปลี่ยนแปลงทิศทางเดินของธุรกิจทั้งภาคผลิต ภาคบริการ คำสั่ง-คำสั่ง ปลีก โลจิสติกส์ ที่จะอยู่บน Digital Platform Direction ซึ่งจะเป็นเป็นจุดแข็งของแรงงานตอนต้นที่มาจากกลุ่ม เจเนอเรชันซี หรือ Gen Z และการเปลี่ยนแปลงของทักษะใหม่เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน Skill Change ดังนั้น ซึ่งผู้ใช้แรงงาน ในสถานประกอบการ ภาครัฐ ภาคเอกชน จำเป็นที่จะต้องมีการปรับตัวพัฒนาทักษะให้สามารถ ตอบโจทย์กับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวให้ได้ โดยเฉพาะความท้าทายของแรงงานใหม่ที่พึ่งจบการศึกษา และแรงงานทุกส่วนไม่ว่า จะเป็นแรงงานใหม่ แรงงานวัยตอนต้น แรงงานสูงวัยและแรงงานทุกกลุ่มสาขาอาชีพ ซึ่งจะต้องมีขีดความสามารถให้ก้าวผ่านช่วง รอยต่อของการฟื้นตัวจากการบอบช้ำทางเศรษฐกิจจากวิกฤตโควิด-19 ไปสู่เศรษฐกิจใหม่ซึ่งแตกต่างไปจากเดิมอย่างสิ้นเชิง (ธนิต โสรัตน์, 2563) ซึ่งผลกระทบจากวิกฤตโควิด-19 จะส่งผลต่อธุรกิจของไทย สภาวะเศรษฐกิจรวมถึงสภาวะการจ้างงาน ซึ่งเป็นผล มาจากธุรกิจที่ต้องปรับตัว ธุรกิจที่เติบโตขึ้น ธุรกิจที่เกิดใหม่ และธุรกิจบางส่วนที่หายไป (สมชาย ภคภาสนวิวัฒน์, 2563)

ในส่วนที่เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแรงงานของภาคเอกชน ผู้บริหารองค์กรจะต้องทำการกำหนดโมเดลธุรกิจให้รับมือ กับการแข่งขันรูปแบบใหม่ (New Business Model) คือการจัดทำโครงสร้างองค์กรและรูปแบบธุรกิจที่รองรับการเปลี่ยนแปลง เทคโนโลยียุค 4.0 เช่นการยกระดับองค์กรอัจฉริยะ (Smart organization) เชื่อมโยงเทคโนโลยีขั้นสูง กระบวนการเข้าถึง นวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ (Innovation & Technology Procedure) การพัฒนาเพื่อให้ได้มาซึ่งทักษะ (Acquisition &

Skill Set) เกี่ยวข้องกับการเพิ่มผลิตภาพแรงงาน การออกแบบโซ่อุปทาน 4.0 เพื่อรองรับการผลิตที่ซับซ้อน (Cyber Lean Production) และการเตรียมโมเดลธุรกิจใหม่ต้องสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปภายในสังคมดิจิทัล (ธนิต โสรัตน์, 2560)

ขณะที่ในส่วนของภาครัฐบาลเพื่อให้ประเทศไทยสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันและบรรลุเป้าหมายการพัฒนาประเทศไทย 4.0 รัฐบาลจะต้องปรับตัวและตอบสนองต่อความต้องการของกำลังแรงงานเพื่อพัฒนาแหล่งแรงงานที่มีทักษะ นอกจากนี้ความร่วมมือในอุตสาหกรรม สถาบันการศึกษาและรัฐบาลมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการปฏิรูปการฝึกอบรมแรงงานสายอาชีพของประเทศไทย รัฐบาลไทยต้องตระหนักถึงความเร่งด่วนของทุนมนุษย์และต้องดำเนินการโครงการต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ และการเปลี่ยนแนวคิดของประชาชนที่มีผลต่อการศึกษาอาชีวศึกษา นอกเหนือจากภาครัฐแล้ว ภาคเอกชนมีบทบาทในการปิดช่องว่างระหว่างทักษะที่นายจ้างต้องการและทักษะที่สอนในระบบการศึกษา ธุรกิจและอุตสาหกรรมสามารถสนับสนุนรัฐบาลโดยการให้โอกาสในการฝึกงานเป็นต้น (Dora, 2019)

สรุป

การเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจโลกโดยเฉพาะการทำงานบนระบบอุตสาหกรรม 4.0 ที่มีการนำเอาเทคโนโลยีที่ทันสมัยจากระบบเชื่อมต่อระบบข้อมูลและระบบอัตโนมัติ รวมถึงการนำเอานโยบายไทยแลนด์ 4.0 มาใช้เพื่อการส่งเสริมให้ประเทศไทยเกิดภาคการผลิตที่ทันสมัยสำหรับอนาคต ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานการผลิตมูลค่าสูง บนพื้นฐานของข้อมูลการเชื่อมต่อและระบบอัตโนมัติ และภาวะวิกฤติการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่เกิดขึ้นมาจนถึงปัจจุบันที่มีผลต่อระบบการใช้วิถีชีวิตใหม่ (New Normal) ที่จะทำให้เกิดเศรษฐกิจใหม่ในลักษณะเป็น NEO-Economy เกี่ยวข้องกับธุรกรรม-ธุรกิจจะเดินอยู่บนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ตลอดจนพฤติกรรมผู้บริโภคจะเปลี่ยนไปในลักษณะ “New Life Style” และที่สำคัญจากผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อระบบเศรษฐกิจทั่วโลกทำให้จำนวนการว่างงานที่เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ ผลต่อเนื่องของปัญหาอัตราการเกิดที่ต่ำลง ประกอบกับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุทำให้หลายประเทศขาดแคลนประชากรวัยแรงงาน โดยเฉพาะประเทศที่พัฒนาแล้วและรวมถึงประเทศไทย ปัญหาภัยแล้ง ปัญหาข้อพิพาททางการค้าระหว่างสหรัฐกับจีน ที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการค้าและเศรษฐกิจโลกซึ่งจะส่งผลกระทบต่อตลาดแรงงานไทยด้วยเช่นกัน การที่ประเทศไทยจะก้าวผ่านภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้หรือไม่เพียงใดนั้น แรงงานไทยซึ่งถือว่าเป็นกลไกสำคัญที่จะขับเคลื่อนภาวะเศรษฐกิจ และเป็นส่วนที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงนั้นๆ ด้วยเช่นกัน ดังนั้น แรงงานไทยในอนาคตจะต้องมีสมรรถนะที่มีผลต่อการทำงานที่สูงขึ้น และจะต้องได้รับการพัฒนาให้มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้น รวมทั้ง องค์กรทั้งภาครัฐและเอกชนจะต้องพัฒนาการบริหารจัดการการปรับปรุงหลักสูตรการเรียนรู้ต่างๆเพื่อรองรับภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง ด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะ

เพื่อการทำงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องมีสมรรถนะหรือความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า แรงงานจำเป็นต้องพัฒนาตนเองให้เป็นแรงงานที่มีฝีมือด้วยปัญญาประดิษฐ์ ที่สามารถทำงานร่วมกับหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติได้ รวมถึงการพัฒนาความรู้ และทักษะด้านคอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ตและดิจิทัล และมีการฝึกอบรมพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อลดความเสี่ยงในยุคการเปลี่ยนแปลงของภาวะวิกฤติเศรษฐกิจ รวมทั้งแรงงานจะต้องมีคุณสมบัติคือ การเข้าใจตนเอง เรียนรู้ตลอดชีวิต ทำงานเป็นทีม การเข้าใจอย่างถ่องแท้ต่อความเชื่อของตนเอง สร้างวิสัยทัศน์ที่มีร่วมกัน การมองภาพรวมทั้งระบบ อัปเดตและพัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่อง ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี ดิจิทัล ออนไลน์ เพื่อสร้างรายได้และมีการสร้างงานใหม่ (Reinvent) ตลอดเวลา ต้องกำหนดเป้าหมาย เดิมทักษะที่ขาดและสร้างความสามารถ ลองผิดลองถูกอย่างรวดเร็ว การคิดวิเคราะห์รอบด้าน การคิดแบบเจ้าของ การคิดต่อยอดไปสู่สิ่งใหม่ และทักษะด้านภาษาต่างประเทศ นอกจากนี้การเตรียมความพร้อมของอนาคตแรงงานไทยต่อการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจไม่ได้หมายถึงว่าเป็นหน้าที่ของแรงงานแต่ฝ่ายเดียว สถานประกอบการ ภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา หรือองค์กรที่สนับสนุนแรงงานอื่นๆจะต้องร่วมมือกันและไปในทิศทางเดียวกัน

เพื่อให้แรงงานไทยมีความพร้อมและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อแรงงานไทยในอนาคตมีความรู้ มีทักษะที่ดีและตรงต่อความต้องการขององค์กร รวมถึงมีความพร้อมที่จะในการทำงานและการปรับตัวภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง

เอกสารอ้างอิง

- กิริยา กุลกลการ. (2561). *การบริหารทุนมนุษย์ในเศรษฐกิจยุค 4.0*. สภาพัฒนาเพื่อพัฒนาแรงงานไทย กระทรวงแรงงาน. กรมการจัดหางาน. (2560). *ยุทธศาสตร์การแก้ไขและป้องกันการขาดแคลนแรงงาน (พ.ศ.2560-2564)*. กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน.
- กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน. (2562). *สถานการณ์ตลาดแรงงาน ไตรมาสที่ 4 ปี 2562*. กองบริหารข้อมูลแรงงาน กระทรวงแรงงาน.
- กองบริหารข้อมูลตลาดแรงงาน. (2561). *การเปลี่ยนแปลงของตลาดแรงงานในยุคดิจิทัล*. กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน.
- เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว. (2561). *ช่องว่างทักษะกับนโยบายที่มีต่อการพัฒนากำลังคนของประเทศไทย*. เอกสารการวิจัยทางวิชาการ, คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จิระประภา อัครบวร. (2553). *Competency คืออะไรกันแน่*. เอกสารประกอบคำสอน, โครงการบัณฑิตศึกษาการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ภัทรา ชวนชม. (2562). *ความเสี่ยงแรงงานยุค 4.0 หากไม่ปรับตัว-พัฒนาทักษะ*. เข้าถึงจาก https://news.thaipbs.or.th/content/284984?fbclid=IwAR2FufkoO17Q_7GUlw3JhnB7_Z9zDPQMqMgFN6u2_y5nEoYa-9lWYQObP0k. (สืบค้นเมื่อ 26 มีนาคม 2563).
- ธนิต โสรัตน์. (2560). *ไทยแลนด์ 4.0 การจ้างงานและการปรับตัวก้าวสู่การเปลี่ยนแปลง*. เอกสารประกอบการเสวนา, สภาองค์กรนายจ้างแห่งประเทศไทย. (สืบค้นเมื่อ 26 มีนาคม 2561).
- ธนิต โสรัตน์. (2563). *วิธีใหม่ต้องปรับตัว! นายจ้างส่งสัญญาณปริญญาตรีล้มล้างความเสี่ยงตกงานเพิ่ม*. ผู้จัดการออนไลน์. เข้าถึงจาก <https://mgronline.com/business/detail/9630000054551>. (สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2563).
- สุกัญญา ศุภกิจอำานวย. (2559). *ไทยแลนด์ 4.0 ผลกระทบแรงงาน*. เข้าถึงจาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/638279>. (สืบค้นเมื่อ 26 มกราคม 2561).
- สมชาย ภคาสนวิวัฒน์. (2563). *หลังวิกฤตโควิด-19 หลายธุรกิจจะเปลี่ยนไป*. ผู้จัดการออนไลน์. เข้าถึงจาก <https://mgronline.com/specialcoop/detail/96300000>. (สืบค้นเมื่อ 16 พ.ค. 2563).
- เสาวนีย์ จันทะพงษ์ และกำพล พรพัฒน์ไพศาลกุล. (2562). *การยกระดับทักษะแรงงานไทย: โจทย์ใหญ่ในยุคเทคโนโลยีเปลี่ยนโลก*. ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.).
- เสาวนีย์ จันทะพงษ์ และทศพล ต้องห้วย. (2563). *ผลกระทบวิกฤต COVID-19 กับเศรษฐกิจโลก*. ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.).
- หนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจออนไลน์. (2562). *ปิดความเสี่ยงตลาดแรงงานไทย 2563*. เข้าถึงจาก <https://www.thansettakij.com/content/columnist/412488> (สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2563).
- อาภากร ภูวิทย์พันธ์. (2552). *Competency Development Roadmap*. กรุงเทพฯ: เอช อาร์ เซ็นเตอร์.
- Adi Gaskel. (2019). *What Are The Top 10 Soft Skills For The Future Of Work?*. Available: <https://www.forbes.com/sites/adigaskel/2019/02/22/what-are-the-top-10-soft-skills-for-the-future-of-work/#4f415f927f1f> (May 7, 2020).

Anna E., Kuanruthai S., Natthanicha L. and Nilim B. (2020). *COVID-19: Impact on migrant workers and country, Briefing Note: Office for Thailand, Cambodia and Lao PDR1*. International Labor Organization (ILO).

Alex Gray. (2016). *The 10 skills you need to thrive in the Fourth Industrial Revolution*.

Available: <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-10-skills-you-need-to-thrive-in-the-fourth-industrial-revolution/>. (February 2, 2020).

Ara Barsam. (2019). *Tomorrow's Workforce Starts with Investing in Education Today*.

Available: <https://www.kenan-asia.org/education-investment-thailand-4-0/>. (May 23, 2020).

Chang J., Huynh P. (2016). *ASEAN in transformation: The future of jobs at risk of automation*.

Available: https://www.ilo.org/actemp/publications/WCMS_579554/lang--en/index.htm. (April 19, 2020).

Dora Heng. (2019). *Preparing for Thailand 4.0: Revamping vocational training for the future of work*.

Available: <https://www.aseantoday.com/2019/12/preparing-for-thailand-4-0-revamping-vocational-training-for-the-future-of-work/>. (March 23, 2020).

Kandukuru Nagarjun. (2020). *COVID-19: Stimulating the economy and employment*.

Available: https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_743036/lang--en/index.htm. (May 4, 2020).

Patrick Cooke. (2018). *Is the Thai workforce ready for Thailand 4.0?*.

Available: <https://www.bangkokpost.com/business/1467662/is-the-thaiworkforce-ready-for-thailand-4-0>. (March 18, 2020).

Spencer, L. M. & Spencer, S. M. (1993). *Competency at work: Model for superior performance*.

New York: Wiley.

Will Baxter. (2017). *Thailand 4.0 and the Future of Work in the Kingdom – ILO*. Meeting Document,

International Labor Organization (ILO). Available: www.ilo.org/meetingdocument/wcms_549062. (March 21, 2020).



The advertisement banner for RCIM Graduate School features a background image of a modern building. On the left, the RCIM logo is displayed with the text 'เปิดรับสมัครพื้นที่' (Recruitment area). Below this, a dark blue box contains the text 'สาธิตา' (Sathita) and 'ห้วหิน' (Huay Hin). In the center, a dark blue box contains the text 'รับสมัครนักศึกษาใหม่' (Recruitment of new students) and 'บริหารธุรกิจ - รัฐประศาสนศาสตร' (Business Administration - Public Administration). Below this, the text 'ปริญญาโท' (Master's Degree) and 'MBA & MPA' is shown. On the right, the text 'ปริญญาเอก' (Doctoral Degree) and 'DBA & DPA' is shown. At the bottom, a dark blue box contains the website 'http://www.rcim.in.th'. To the right of the website, a green phone icon is shown with the numbers '092-442-7000 (ห้วหิน)' and '092-442-8000 (สาธิตา)'. On the far right, the text 'วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ' (Innovation Management College) and 'มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี' (Rajabhat Mahachulalongkornrajavidyalaya University) is shown, with '(มหาวิทยาลัยของรัฐ)' (Public University) in red text below it.

การสร้างเสริมความแข็งแกร่งท่องเที่ยวชุมชนด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม Strengthening Community Based Tourism with Digital Platform

ศุภิมณ มังคลารังษี¹ อรุณ รักธรรม² เพ็ญศรี ฉิรินัง³ และสมพร เฟื่องจันทร์⁴

Sujimon Mungkalarungsi¹ Arun Raktham² Pensri Chirinang³ and Somporn Fuangchan⁴

¹ นักศึกษาปริญญาเอก หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

²⁻⁴ อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

E-mail: khunsujimon@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่อง การสร้างเสริมความแข็งแกร่งท่องเที่ยวชุมชนด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม เป็นการอภิปรายประเด็นความสำคัญของการปรับใช้เทคโนโลยีกับการท่องเที่ยวชุมชน ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลก (Mega Trends) โดยเฉพาะ เทคโนโลยีสร้างความพลิกผัน (Disruptive Technology) ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการในการปรับใช้เทคโนโลยี และต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป โดยการสร้างเสริมความแข็งแกร่งท่องเที่ยวชุมชนด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม ซึ่งให้ความสำคัญกับการปรับใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในกิจการ ทั้งด้านการตลาด และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน พัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถผู้ประกอบการท่องเที่ยว และเพื่อสนองตอบสนองนโยบาย ไทยแลนด์ 4.0 โดยนำแนวคิดทฤษฎีต่างๆ มาร่วมวิเคราะห์ ประกอบด้วย แนวคิดการสร้างเสริมความแข็งแกร่งชุมชน แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค แนวคิดเจนเรชั่นวาย (Generation Y) แนวคิดเทคโนโลยีกับการท่องเที่ยว แนวคิดการตลาดบริการ แนวคิด Disruptive Technology และแนวคิดดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยนำแนวคิดทฤษฎีต่างๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาความแข็งแกร่งด้านการตลาดท่องเที่ยวชุมชน และสามารถปรับแนวทาง เพื่อสร้างเสริมความแข็งแกร่งท่องเที่ยวชุมชน ให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงกับกระแสโลก โดยเฉพาะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น การปรับใช้เทคโนโลยีไม่เพียงแต่ทางเลือกของผู้ประกอบการในการสร้างความได้เปรียบ แต่ยังเป็นการรักษาขีดความสามารถในการประกอบธุรกิจ พัฒนาความมีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และถือว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการสร้างเสริมความแข็งแกร่งท่องเที่ยวชุมชน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และสร้างเสริมความแข็งแกร่งอย่างยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยว การสร้างเสริมความแข็งแกร่งท่องเที่ยวชุมชนด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม ภายใต้รูปแบบแพลตฟอร์มการแลกเปลี่ยน (Exchange Platform) จะช่วยส่งเสริมทางการตลาดให้สินค้าและบริการโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้รับการเข้าถึงโดยนักท่องเที่ยวจากทุกมุมของโลก ทุกเวลาที่ต้องการ (On-demand Access) ที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งแพลตฟอร์มนี้สามารถรองรับการเติบโตอย่างรวดเร็วของจำนวนสมาชิกทั้งจากผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการได้ (Stable Growth) ที่สำคัญคือมีระบบการสร้างเสริมความไว้วางใจในการใช้บริการ และให้บริการ ผู้ใช้บริการและผู้ให้บริการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการและให้บริการได้ (Feedback System) เพื่อใช้ในการพัฒนา และรักษาคุณภาพที่ดีในการบริการ แพลตฟอร์มท่องเที่ยวนี้สร้างคุณค่าให้กับทั้งผู้ให้บริการและลูกค้า กล่าวคือ ผู้ให้บริการสามารถเข้าถึงช่องทางการตลาดที่ตรงพล้งได้ ส่วนลูกค้าสามารถเข้าถึงตัวเลือกผู้ให้บริการที่หลากหลาย อย่างสะดวกสบาย และระบบนี้ได้สร้างความไว้วางใจ (Trust) ในการให้บริการและใช้บริการผ่านระบบการให้ความคิดเห็นการใช้และให้บริการ (Feedback System) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการสร้างเสริมความยั่งยืน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวชุมชน ดิจิทัลแพลตฟอร์ม การตลาด เทคโนโลยีดิจิทัล ดิจิตอลดิสรักชั่น

Abstract

Strengthening Community Based Tourism with Digital Platform Academic Journal was a discussion of integration of technology and community based tourism in consist with world mega trends, technology disruption which effected both the way business was operated and the changes in consumer behaviors. Strengthening Community Based Tourism with Digital Platform emphasized on technology adoption for tourism business in both marketing and operation aspects therefore increasing competitive edge of the local tourism entrepreneurs in consist with Thailand 4.0 policy. By employing theories and concepts in the analysis such as Strengthening Community, Consumer Behavior, Generation Y, Technology in Tourism, Service Marketing, Technology Disruption and Digital Platform and applying these theories and concepts in order to discover ways or directions to strengthen community based tourism to align with mega trends and the change in consumer behaviors which rely more on technology. Technology Adoption was not only a choice to make to increase competitive edge but also a compulsory to improve competitive capability and improve efficiency. Strengthening Community Based Tourism under exchange Platform could better promote local products and services to potential customers around the world regardless of when and where they are with internet accessibility. The platform can accommodate sustainable growth of new members of both service providers and service users. Most importantly, the platform provides feedback system where the service provider and service user can give feedback to each other in order to keep or improve quality of services. Digital Platform create values for both service providers and customers. Service providers get more access to the market where as customers get variety of choices for services conveniently where the system create trust among the networks which is the key element for grow sustainingly.

Keywords: Community Based Tourism, Digital Platform, Marketing, Technology Disruption, Digital Disruption

บทนำ

ในแต่ละปีประเทศไทยได้ภาษีการท่องเที่ยว มากกว่า 401.3 พันล้านบาท และมีรายได้มากกว่า 2.23 ล้านล้านบาท ในปี 2558 คิดเป็นร้อยละ 17 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2560) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการจ้างงานมากกว่า 4.4 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 11.7 ของจำนวนแรงงานทั้งหมดของประเทศ การท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยยังมีความท้าทายอยู่หลายด้านที่สำคัญ เช่น ปัญหาด้านความยั่งยืนของทรัพยากรท่องเที่ยว ปัญหาภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัย ความสะอาดถูกสุขอนามัยของแหล่งท่องเที่ยว คุณภาพมาตรฐานการให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยว และการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว ทางด้านผู้ประกอบการระดับชุมชน หรือผู้ประกอบการท่องเที่ยวขนาดเล็ก เผชิญกับความท้าทายสำคัญคือ ปัญหาด้านการตลาด ในเรื่องการพัฒนาสินค้าและบริการ ซึ่งไม่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ไม่มีเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของตนเอง ประสบปัญหาทางด้านการส่งเสริมการตลาด และขาดช่องทางการประชาสัมพันธ์และจัดจำหน่าย รวมไปถึงขั้นตอนในการให้บริการ และอีกความท้าทายสำคัญคือ เรื่องความรู้ความสามารถของบุคลากรการท่องเที่ยวหรือตัวผู้ประกอบการเอง ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การตลาด และภาษา ซึ่งยังขาดการส่งเสริมอย่างต่อเนื่องจากภาครัฐ (ณัฐินี ทองดี และกนก บุญศักดิ์, 2560, หน้า 127-134)

การพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มีความแข็งแกร่ง ครอบคลุมหลายแง่มุม กล่าวคือ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจสวยงาม การท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย มีการประชาสัมพันธ์ที่ดี ที่ดึงดูดทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติมาท่องเที่ยว มาสัมผัสธรรมชาติที่สวยงาม วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และสร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างยั่งยืน จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ การท่องเที่ยวชุมชนช่วยสร้าง

รายได้ให้กับคนในพื้นที่ พัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน ซึ่งถือว่าการสร้างและพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานราก และเป็นกลไกในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศอย่างแท้จริง นอกเหนือจากความท้าทายทางด้านความรู้ความเข้าใจของบุคลากรการท่องเที่ยวหรือตัวผู้ประกอบการ ในด้านการบริหารจัดการ การตลาดและทางด้านภาษา ทางด้านการเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มของโลก (Mega Trends) ก็ส่งผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเช่นกัน

การเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มของโลก (Mega Trends) โดยเฉพาะเทคโนโลยีพลิกผัน (Disruptive Technology) เป็นการพัฒนาของเทคโนโลยีอย่างรวดเร็วที่สร้างความเปลี่ยนแปลงในหลายภาคส่วน ผู้ประกอบการกิจการต่างๆ ได้นำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในด้านดำเนินงานและการให้บริการ ซึ่งเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และเพิ่มความสะดวกสบายกับผู้บริโภค และส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ในการพึ่งพาการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันเพิ่มมากขึ้น เทคโนโลยีพลิกผันไม่ได้เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมใดอุตสาหกรรมหนึ่ง แต่เกิดขึ้นในทุกอุตสาหกรรม รวมทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้วย การปรับใช้เทคโนโลยีเป็นทางเลือกในการสร้างความได้เปรียบ (Technological Disruption, 2020) ทั้งด้านการตลาด และการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ให้การบริการที่ดีขึ้น และช่วยลดต้นทุนทางธุรกิจ เทคโนโลยีพลิกผัน ยังส่งผลถึงการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมนักท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวพึ่งพาเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้นในกระบวนการตัดสินใจใช้บริการท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลโดยตรงต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวจึงควรต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับแนวโน้มและความเปลี่ยนแปลงที่กำลังเกิดขึ้น

ความรู้ความสามารถ และความพร้อมของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การตลาด ภาษา และการปรับใช้เทคโนโลยี ยังคงเป็นความท้าทายอยู่ ในขณะที่ การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อสร้างความแข็งแกร่งให้กับการท่องเที่ยวชุมชน นอกเหนือจากเป็นการรองรับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปในการพึ่งพาเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น ยังเป็นการพัฒนาเสริมศักยภาพในการบริหารจัดการ เพิ่มประสิทธิภาพ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยอีกด้วย ดังนั้นจึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องศึกษาและวางแนวทางในการพัฒนาท่องเที่ยวชุมชน และปรับใช้เทคโนโลยีให้รองรับ และสอดคล้องการแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก

แนวคิดการสร้างความเข้มแข็งชุมชน

สมบุรณ์ ธรรมลังกา (2556, หน้า 62) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อความเข้มแข็งของชุมชน พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งของชุมชนมี 4 ปัจจัย ได้แก่ (1) ปัจจัยด้านกระบวนการเรียนรู้ (2) ปัจจัยด้านระบบเครือข่าย (3) ปัจจัยด้านระบบความสัมพันธ์ และ (4) ปัจจัยด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น ค่านิยม วัฒนธรรม ประเพณี

องค์ประกอบหลักๆ ของวิสาหกิจชุมชน 7 ประการ โดย เสรี พงศ์พิศ (2552) (อ้างใน วงศ์สถิตย์ วิสุทิ, 2562) ให้คำแนะนำไว้ดังนี้ (1) ชุมชนเป็นเจ้าของและผู้ดำเนินการ (2) ผลผลิตมาจากกระบวนการ (3) ริเริ่มสร้างสรรค์โดยชุมชนทำให้เกิดนวัตกรรม (4) ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากล (5) ดำเนินการแบบบูรณาการเชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นระบบ (6) ให้การเรียนรู้เป็นหัวใจของการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน (7) ให้การพึ่งตนเองเป็น โดยเป้าหมายสำคัญที่สุดของวิสาหกิจชุมชน มีดังนี้ (1) ร่วมมือมากกว่าแข่งขัน (2) อยู่อย่างพอเพียง ไม่ใช่รวย (3) เป้าหมายคือความสุข ไม่ใช่เงิน (4) ทำเป็นขั้นตอน เริ่มจากบ้าน หมู่บ้าน ท้องถิ่น ไปหาตลาดใหญ่ (5) เรียนรู้มากกว่าแข่งขัน (6) พัฒนาอย่างยั่งยืนมากกว่าพัฒนาเศรษฐกิจ

แนวคิดการสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน สรุปเป็นประเด็นสำคัญได้ดังนี้ (1) องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้นำในการสร้างระบบและความสัมพันธ์กับชุมชน องค์การชุมชน หน่วยงาน และองค์กรอื่นๆ แบบพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน (2) ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นผู้ดำเนินการท่องเที่ยวในพื้นที่ (3) กระตุ้นให้เกิดการคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในชุมชน เพื่อพัฒนานวัตกรรมที่น่าสนใจและเป็นที่ยอมรับ (4) ใช้ฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับภูมิปัญญาสากลแล้วปรับตัว (5) ส่งเสริมให้ศึกษาและเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อสร้างชุมชนที่มีศักยภาพ (6) เชื่อมโยงกิจกรรมต่างๆ ให้เป็นระบบ (7) ร่วมมือกันแทนที่จะเป็นแข่งขัน และ (8) สามารถพึ่งพาตนเองได้และพัฒนาไปอย่างยั่งยืน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการเมืองการปกครอง

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค

Engel และผู้ร่วมงาน (1968) (อ้างใน นพพล พานิชปฐม, 2558) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและใช้สินค้าหรือบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว Schiffman and Kanuk (1987) (อ้างใน นพพล พานิชปฐม, 2558) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมของผู้บริโภคไว้ว่า เป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออก ไม่ว่าจะเป็นการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือบริโภค ทั้งตัวผลิตภัณฑ์ บริการ และแนวคิดต่างๆ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้ เป็นการศึกษาการตัดสินใจของผู้บริโภค ในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ ทั้งเงิน เวลา และกำลัง เพื่อบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ อันประกอบด้วยคำถามคือ ซื้ออะไร ทำไม เมื่อไร อย่างไร ที่ไหน และบ่อยแค่ไหน Engel Kollat and Blackwell (1968) (อ้างใน นพพล พานิชปฐม, 2558) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าหมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและใช้สินค้าหรือบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีอยู่ก่อนและมีส่วนกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว Kotler Philip (1999) Marketing Management (อ้างใน นพพล พานิชปฐม, 2558) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer behavior) ว่าหมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและใช้สินค้าหรือบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจและการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวกับการซื้อและใช้สินค้า กล่าวได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง การแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออกของแต่ละบุคคลซึ่งแตกต่างกันออกไป

องค์ประกอบของพฤติกรรมผู้บริโภคมีดังนี้ โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค เป็นระบบที่กำเนิดจากสิ่งเร้าหรือสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ก่อให้เกิดความต้องการ (Need) ในความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ มีอิทธิพลให้เกิดการตอบสนอง (Buyer's response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) โมเดลที่ใช้อธิบายระบบนี้เรียกได้อีกอย่างว่า S-R Theory ประกอบด้วย 3 ส่วนสำคัญ ได้แก่ (1) สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ทั้งภายในและภายนอก นักการตลาดสนใจเน้นสร้างสิ่งกระตุ้นทางการตลาดซึ่งทั้งที่ควบคุมได้และไม่ได้ (2) ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) เปรียบเสมือนกล่องดำ (Black box) ซึ่งผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่อาจทราบได้ ต้องพยายามค้นหาความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ที่ได้รับอิทธิพลจากลักษณะและกระบวนการตัดสินใจของผู้ซื้อ (3) การตอบสนอง (Buyer's Response) การตอบสนองหรือการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคมีหลายประเด็นด้วยกัน

พฤติกรรมผู้บริโภคมีความสำคัญอย่างมาก เพราะเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้นำมาวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย เพื่อวางแผนดำเนินกิจกรรมการตลาด ตลอดจนการติดต่อสื่อสารและวางกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุด เป็นการตลาดองค์รวมที่มีเอกภาพและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่เป้าหมายทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมทางเลือก การตัดสินใจซื้อและซื้อซ้ำ ระยะเวลาซื้อ และแบรนด์ที่แข็งแกร่ง

แนวคิดการตลาดสำหรับกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย

ธนาคารไทยพาณิชย์ โดย Economic Intelligent Center (Marketing Strategy for Generation Y, 2560) ได้ทำการศึกษาด้านประชากรศาสตร์ถึงความสำคัญของกลุ่ม Generation Y ถือเป็นผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ที่สุดในโลก ประมาณ 1 ใน 3 ของประชากรโลก Gen Y ตามนิยามหมายถึง กลุ่มผู้บริโภคที่เกิดระหว่างปี 2524-2543 (ค.ศ. 1981-2000) ปัจจุบันอายุ 18-37 ปี มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 32 ของประชากรโลก ในขณะที่ Gen X ที่เกิดระหว่างปี 1965-1980 มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 19 ของประชากรโลก และ ประชากรที่เกิดหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ระหว่างปี 2498-2508 (ค.ศ. 1946-1965) หรือกลุ่ม Babyboomer มีสัดส่วนคิดเป็นร้อยละ 17 เท่านั้น ลักษณะเฉพาะที่ทำให้ Gen Y แตกต่างจาก Gen X และ Baby Boomer คือ Gen Y เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่เกิดในช่วงที่มีการใช้งานอินเทอร์เน็ต และเครือข่ายสังคมออนไลน์กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก คนรุ่นนี้จึงนิยมใช้ช่องทางออนไลน์ติดต่อสื่อสารระหว่างกันมากกว่ารุ่นก่อน นอกจากเรื่องขนาดประชากรแล้ว Gen Y ไทยยังมีรายได้ค่อนข้างสูงแม้ยังอยู่ในวัยหนุ่มสาว ทั้งยังเป็นกลุ่มผู้บริโภคในช่วงอายุที่มีอัตราการใช้จ่ายสูงเมื่อเทียบกับรายได้ จากการวิเคราะห์พบว่า

4 ขั้นตอนสำคัญในการเจาะตลาดผู้บริโภค Gen Y คือ 1) ควรจับตามองลูกค้า Gen Y เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง 2) ควรศึกษาลักษณะเด่นของกลุ่มลูกค้า Gen Y อย่างรอบคอบ เพื่อตอบสนองความต้องการอย่างแม่นยำ 3) ธุรกิจควรใช้ประโยชน์จากผลศึกษาคุณลักษณะเด่นของ Gen Y เพื่อกลยุทธ์ทางธุรกิจให้แหลมคม 4) ธุรกิจควรมีโมเดลธุรกิจที่ประสบความสำเร็จทั้งในและต่างประเทศ เพื่อช่วยเสริมสร้างรูปแบบแนวคิดธุรกิจสำหรับกลุ่ม Gen Y พร้อมกันนั้นก็ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มันนวัตกรรมยิ่งขึ้น ให้สอดคล้องกับความต้องการของ Gen Y ไทย

คุณลักษณะเด่น 5 ข้อของกลุ่ม Gen Y ไทย มีดังนี้ 1) Gen Y ไทยมีความคล่องตัวในการใช้เทคโนโลยี ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญที่ส่งผลให้เกิดคุณลักษณะอื่น ตามมา ด้วยความคล่องตัวดังกล่าว คน Gen Y จึงเข้าถึงข้อมูลและทางเลือกต่างๆ ได้มากกว่าอินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยี โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสารไร้สาย ช่วยให้ Gen Y เปิดตัวเองสู่โลกภายนอกได้มากกว่า Baby Boomers และ Gen X ผู้บริโภคกลุ่มนี้โตมากับคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตจนกลายเป็นปัจจัยที่หาที่ขาดไม่ได้ในชีวิตประจำวัน 2) Gen Y ไทยชอบมีสังคม ชอบแลกเปลี่ยนประสบการณ์ส่วนตัวหรือเรื่องที่ตัวเองสนใจผ่านโลกออนไลน์ ซึ่งนับเป็นช่องทางและพื้นที่ให้พวกเขาแสดงความคิดเห็นและความเป็นตัวเอง รวมถึงแลกเปลี่ยนประสบการณ์ความรู้ระหว่างกัน Gen Y จึงเป็นกลุ่มที่มีการเชื่อมต่อหรือเข้าถึงกันตลอดเวลา มั่นใจในตัวเองและพึ่งตนเองได้คล่องแคล่ว โดยมีเทคโนโลยีและกลุ่มเพื่อนในเครือข่ายเป็นผู้ช่วย ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจของพวกเขาอย่างมาก 3) Gen Y ไทยเลือกตัดสินใจตามข้อมูลที่ได้จากความคล่องตัวทางเทคโนโลยี จึงเป็นกลุ่มที่ใช้ข้อมูลออนไลน์มาพิจารณาเปรียบเทียบ หรือตรวจสอบหาทางเลือกที่ตรงกับความต้องการมากที่สุด Gen Y บริโภคข้อมูลผ่านช่องทางที่ต่างจากคนเจนเนอร์เรชันก่อน 4) Gen Y ไทยช่างเลือก ด้วยความที่มีมาตรฐานสูงคนกลุ่มนี้จึงเป็นคนช่างเลือกและอาจจะดูว่าชอบเรียกร้อง เห็นได้จากวิธีซื้อสินค้าออนไลน์ ที่มีแนวโน้มเลือกสรรแต่สินค้าและบริการที่มีคุณภาพและเป็นไปตามความต้องการเท่านั้น ที่เป็นเช่นนี้เพราะการเข้าถึงแหล่งข้อมูลจำนวนมากในสังคมออนไลน์และออฟไลน์ ทำให้รู้ว่ยังมีทางเลือกอีกมาก จึงมักพิจารณาเปรียบเทียบข้อมูลจนกว่าจะเจอตัวเลือกที่ดีที่สุด กลุ่มลูกค้า Gen Y จึงเป็นกลุ่มที่มีมาตรฐานสูงกว่าลูกค้าเจนเนอร์เรชันอื่น ๆ ตัวอย่างเช่น แอปพลิเคชันที่ออกแบบมาสวยงามมักดึงดูดความสนใจของลูกค้า Gen Y ได้ทันที และมีโอกาสเป็นที่นิยมสูง นอกเหนือจากคุณภาพของสินค้าและบริการแล้ว ปัจจัยที่ดึงดูดใจผู้บริโภคกลุ่มนี้ยังรวมถึงฟังก์ชันใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการไม่ซ้ำแบบใคร แปรนติที่แสดงให้เห็นสไตล์และตัวตนของผู้ใช้ และขั้นตอนใช้งานที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยจำนวนมากที่กล่าวถึงกลยุทธ์อื่น ๆ ในการดึงดูดความสนใจของ Gen Y เช่น การทำการตลาดแบบจริงจัง ตรงไปตรงมา และดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรม ดังนั้น จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ธุรกิจต้องเน้นมาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือบริการ รวมไปถึงการจัดสรรรูปแบบและช่องทางการสื่อสารกับ Gen Y โดยเลือกใช้ข้อความทางการตลาดที่ “จับใจ” และ “จริงใจ” และ 5) Gen Y ไทยมีความรู้ทางการเงิน Gen Y มีความรู้ทางการเงินตั้งแต่อายุยังน้อย โดยรู้วิธีที่จะบริหารจัดการเงินให้งอกเงย ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับคุณลักษณะ ด้านการเงินของ Gen Y เพราะทัศนคติที่ว่าความรู้ด้านการเงินที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยเสริมสร้างความมั่งคั่งได้อย่างรวดเร็ว ทำให้คนเจนเนอร์เรชันนี้แตกต่างกับคนเจนเนอร์เรชันก่อนหน้า เหตุผลที่ทำให้คน Gen Y จำ เป็นต้องมีความรู้ทางการเงิน เพราะคนกลุ่มนี้ถือว่าใช้เงินเก่งกว่าคนเจนเนอร์เรชันก่อน กล่าวคือ 19% ของ Gen Y ใช้เงินมากกว่า 75% ของรายได้ ในขณะที่มี Gen X เพียง 15% และ Baby Boomers เพียง 12% ที่ใช้เงินในสัดส่วนเดียวกัน ทั้งนี้ ความรู้ทางการเงินดังกล่าวไม่ใช่แค่เพียงรู้วิธีการจัดการเงิน แต่ต้องรู้ด้วยว่าจะลงทุนในตลาดการเงินอย่างไรให้งอกเงยอย่างรวดเร็ว เช่น ซื้อหุ้น ทอง หรือ ตราสารอนุพันธ์ เป็นต้น

โดยสรุปกลุ่มเจนเนอร์เรชัน Y เป็นประชากรกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดของโลก นับเป็น 1 ใน 3 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง กลุ่มเจนเนอร์เรชัน Y พึ่งพาเทคโนโลยีในชีวิตประจำวันมาก รวมทั้งการหาข้อมูลและการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเจนเนอร์เรชัน Y และควรมีกลยุทธ์ทางธุรกิจที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มสำคัญกลุ่มนี้

แนวคิดการตลาดบริการ

ฟิลลิป คอตเลอร์ (1997, อ้างใน marketing54online, 2562) ให้แนวคิดส่วนผสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ว่าเป็นแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจให้บริการ ซึ่งแตกต่างจากสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป จำเป็นต้องใช้ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) 7 อย่าง หรือ 7P's ในการกำหนดกลยุทธ์ซึ่งประกอบด้วย (1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่สนองความต้องการและความจำเป็นของมนุษย์ คือสิ่งที่ผู้ขายมอบให้ผู้ซื้อและผู้ซื้อได้รับประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้ว ผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (Tangible Products) และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Products) (2) ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน ลูกค้านั้นจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) กับราคา (Price) ของบริการนั้นๆ ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าก็ตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การกำหนดราคาบริการควรทำให้เหมาะสมกับระดับการบริการอย่างชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน (3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นเรื่องของบรรยากาศแวดล้อมในการนำเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้คุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการนั้นๆ ต้องพิจารณาทั้งในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางการนำเสนอ (Channels) (4) ด้านการประชาสัมพันธ์ (Promotions) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารให้ผู้ให้บริการรับรู้ เป้าหมายคือต้องการแจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมการใช้บริการ เป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์ (5) ด้านบุคคล (People) หรือพนักงาน (Employee) ต้องอาศัยการคัดเลือก ฝึกอบรม และจูงใจ เพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้เหนือกว่าคู่แข่งขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการกับผู้ใช้บริการต่างๆ ขององค์กร เจ้าหน้าที่ต้องมีทั้งความสามารถ ทัศนคติที่อยากสนองความต้องการของผู้ใช้บริการ ความคิดริเริ่ม ทักษะแก้ไขปัญหา และสามารถสร้างค่านิยมให้กับองค์กร (6) ด้านกายภาพและการนำเสนอ (Physical Evidence/Environment and Presentation) เป็นการแสดงลักษณะทางกายภาพและนำเสนอให้ลูกค้าเห็นเป็นรูปธรรม พยายามสร้างคุณภาพโดยรวม ทั้งทางกายภาพและรูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย คำพูดคำจาต้องสุภาพอ่อนโยน ให้บริการรวดเร็ว หรือประโยชน์อื่นๆ ที่ลูกค้าควรได้รับ และ (7) ด้านกระบวนการ (Process) เป็นเรื่องของระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติ ที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อสนองความต้องการได้ถูกต้องรวดเร็ว และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ

ส่วนผสมการตลาดทั้ง 7 อย่างข้างต้นเป็นปัจจัยสำคัญต่อการกำหนดกลยุทธ์ต่างๆ สำหรับธุรกิจบริการ ธุรกิจจำเป็นต้องจัดส่วนผสมแต่ละอย่างให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจ และของอุตสาหกรรมที่แตกต่างกันไปไม่มีสูตรตายตัว

แนวคิดบทบาทและการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

จากการศึกษาวิจัยพบว่า ข้อมูลข่าวสารถือได้ว่าเป็นสิ่งจำเป็นในภาคการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวต้องการข้อมูลก่อนการเดินทางเพื่อใช้วางแผนและเป็นตัวเลือก รวมทั้งต้องการข้อมูลรายละเอียดระหว่างการเดินทางเพื่อใช้เป็นแนวทางท่องเที่ยวแบบอิสระ ทั้งเรื่องของที่พัก การเดินทาง และสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ การวิจัยแสดงให้เห็นว่า ยิ่งรับรู้ถึงความเสี่ยงมากเท่าไร นักท่องเที่ยวก็ยิ่งหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อโปรแกรมทัวร์มากขึ้นเท่านั้น TAT Review (2562) กล่าวถึงบทบาทและการพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและคาดว่าจะเกิดในอนาคต ไว้ดังนี้

การท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เดินทางเพื่อพักผ่อน เริ่มเกี่ยวพันกับความเสี่ยงทางการเงินและอารมณ์มากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในสังคมชาวตะวันตก เวลากลายเป็นของหายาก เห็นได้จากการที่นักท่องเที่ยวจำนวนมากเชื่อว่าวันหยุดพักผ่อนเป็นการลงทุนทางอารมณ์และการเงินที่สำคัญ ไม่สามารถหาอะไรมาแทนได้ ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงให้เหลือน้อยที่สุด นักท่องเที่ยวจึงต้องเลือกโปรแกรมทัวร์อย่างระมัดระวัง โดยหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อใช้ในการตัดสินใจและลดช่องว่างระหว่างความคาดหวังกับประสบการณ์จริง การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้อย่างแม่นยำและทันท่วงที จึงกลายเป็นเครื่องช่วยตัดสินใจให้เลือกได้อย่างเหมาะสมที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก

ความต้องการข้อมูลที่แม่นยำเป็นปัจจุบันเพื่อนำมาใช้งานประจำวัน ทำให้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศกลายเป็นระบบสากลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเข้ามาบริหารจัดการข้อมูลต่างๆ ให้สื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งยังทำให้สามารถ

ถ่ายโอนข้อมูลไปทั่วโลกได้ทันที ซึ่งตรงข้ามกับสื่อสิ่งพิมพ์ ระบบเทคโนโลยีทำให้ข้อมูลมีการเคลื่อนไหวตลอดเวลา อีกทั้งมีข้อจำกัดในการเข้าถึงน้อยและมีต้นทุนส่วนเพิ่มต่ำ นอกจากนี้ยังทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลได้อย่างอิสระ ซึ่งต่อมากลายเป็นเรื่องสำคัญยิ่งในโลกธุรกิจ รวมถึงเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลมีเดีย เช่น รูปภาพ เสียง คลิป ที่ช่วยส่งเสริมการขายสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

แนวคิด Technology Disruption

Mreport (2563) กล่าวถึง Disruptive Technology ว่าเป็น นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีที่สร้างตลาดและมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยี และส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรง เกิดการนำเทคโนโลยีใหม่มาปรับใช้แทนที่ผลิตภัณฑ์เดิม รวมทั้งอาจจะทำให้ธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีแบบเดิมๆ ล้มหายตายจากไป ซึ่งแตกต่างจากนวัตกรรมทั่วไปที่อาจจะเพียงช่วยแค่เพิ่มประสิทธิภาพ เพิ่มคุณภาพของสินค้า หรือลดต้นทุนกระบวนการผลิตแบบเดิมๆ เทคโนโลยีใหม่นี้ อาจจะไม่ใช่นวัตกรรมใหม่ล่าสุด อาจจะเป็นสิ่งที่มีอยู่แล้ว แต่มีการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบบางอย่าง เช่น คุณภาพ ประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต ต้นทุน หรือราคา ที่ทำให้เทคโนโลยีเหล่านี้มีเงื่อนไขที่เหมาะสมจนเป็นที่นิยมของตลาด และแน่นอนว่าการมาถึงของเทคโนโลยีอย่างหนึ่งอาจทำให้สินค้าในตลาดบางอย่างหายไป หากธุรกิจนั้นๆ นำเทคโนโลยีใหม่มาปรับใช้แทนที่ตัวเองได้ไม่ทันคู่แข่งรายอื่นๆ ตัวอย่างของกระแสเทคโนโลยีพลิกผัน (Disruptive Technology) ที่ยกให้เป็นกรณีตัวอย่างที่ทั่วโลกต่างพูดถึง คือ กรณีกล้องถ่ายรูปโกดัก (Kodak) ซึ่งในปี 1975 โกดักเป็นบริษัทแรกในโลกที่ค้นพบเทคโนโลยีการถ่ายภาพด้วยระบบดิจิทัล โดยฝ่าย R&D ของบริษัท แต่ด้วยในขณะนั้น บริษัทโกดักเป็นบริษัทที่ครองส่วนแบ่งทางการตลาด ในตลาดกล้องฟิล์มที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยในปี 1976 โกดักมีสัดส่วนยอดขายฟิล์มถ่ายรูปกว่า 90% รวมถึงกล้องฟิล์ม 85% ของตลาดสหรัฐอเมริกา แต่ถึงกระนั้น บริษัทมีความตระหนักรู้ว่า หากกล้องดิจิทัลเข้ามาแทนที่ จะทำให้สัดส่วนของตลาดกล้องฟิล์มของตนเองหายไป จึงได้ปรับโครงสร้างการผลิตกล้องดิจิทัลลง แต่หลังจากนั้นไม่นานคู่แข่งบริษัทอื่นๆ ของโกดักเห็นว่า ไม่สามารถแข่งขันกับโกดักที่เป็นรายใหญ่ได้ในตลาดกล้องฟิล์ม จึงทำให้ Sony และ Fujifilm ได้มีการนำเทคโนโลยีกล้องดิจิทัลออกสู่ตลาด ทำให้โกดักยอดขายตกตั้งแต่นั้นปี 2001 เริ่มมาจนถึงต้องออกจากตลาดหลักทรัพย์ ในปี 2004 และในปี 2011 โกดักได้ยื่นแผนเข้าสู่ขบวนการล้มละลาย ในที่สุด นอกจากนี้ ตั้งแต่ปี 2003 เป็นต้นมา ถือได้ว่าเป็นยุคทองของกล้องดิจิทัล ซึ่งมียอดขายสูงขึ้นเรื่อยๆ แต่ในที่สุด การมาถึงของสมาร์ทโฟนก็ทำให้ตลาดกล้องดิจิทัลถูกเทคโนโลยีใหม่มาแทนที่อีกครั้ง จนทำให้ยอดขายกล้องตกลงในปี 2011 เป็นต้นมา

ตัวอย่างอื่นของเทคโนโลยีพลิกผัน (Disruptive Technology) เช่น Autonomous Vehicle ระบบขับขี่ไร้คนขับ และในปัจจุบัน เทคโนโลยี Autonomous Vehicles หรือ ยานยนต์ไร้คนขับ เป็นอีกหนึ่งเทคโนโลยีที่ถูกจับตามอง จากการนำเทคโนโลยีใหม่มาปรับใช้แทนที่ของอุตสาหกรรมยานยนต์ ซึ่งระบบนี้จะเคลื่อนที่ด้วย GPS และ Sensor ส่งผลให้ในอนาคตอุบัติเหตุบนท้องถนนจะลดลง และทำให้อาชีพบางอย่าง เช่น คนขับรถบรรทุกจะหายไป หรือปั๊มน้ำมัน ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ ตามปั๊มน้ำมันก็จะลดลงเช่นเดียวกัน FinTech ทำธุรกรรมทางการเงินไม่จ้อธนาคาร

FinTech (Financial Technology) คือ กลุ่มธุรกิจที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเข้ามาทำให้การบริการที่เกี่ยวข้องกับการเงิน และการลงทุนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การทำธุรกรรมรับ-จ่าย-โอนเงินออนไลน์ของธนาคาร หรือการวิเคราะห์ข้อมูลหุ้นเพื่อช่วยการตัดสินใจของนักลงทุน โดยบริการเหล่านี้มักจะอยู่ในรูปแบบของบริการออนไลน์แทบทั้งสิ้น การมาถึงของเทคโนโลยีทางการเงิน จะทำให้เกิดการนำเทคโนโลยีใหม่มาปรับใช้แทนพนักงาน ธนาคารจ้างพนักงานน้อยลง เมื่อธุรกรรมต่างๆ สามารถทำได้ผ่านช่องทางออนไลน์

The Q System One คอมพิวเตอร์เชิงพาณิชย์ตัวแรก ที่ใช้ระบบ Quantum มาประมวลผล ซึ่งเป็นระบบคอมพิวเตอร์ที่เร็วกว่าคอมพิวเตอร์ในปัจจุบันถึง 100 ล้านเท่า กล่าวถึงจะประมวลผลเป็นเสี้ยววินาที ซึ่งแต่เดิมเครื่องคอมพิวเตอร์ระบบนี้มีการใช้งานอยู่แล้วในบริษัทยักษ์ใหญ่ต่างๆ แต่ในปัจจุบันนี้ระบบนี้จะสามารถนำมาใช้งานได้ทั่วไปใน PC ของเราเอง โดยบริษัท IBM ได้ทำงานร่วมกับ Google ในงานวิจัย Google Quantum Artificial Intelligence Lab นอกเหนือจากนี้ IBM ยังพัฒนา

Watson Ai Doctor ซึ่งได้รับการทดลองโดยให้วิเคราะห์กรณีการรักษาโรคมะเร็ง 1,000 กรณี และค้นพบมีความแม่นยำ 99% อีกทั้งยังบอกได้ว่าหมอตัวไปมีความผิดพลาดถึง 30% นวัตกรรมนี้จะถูกนำมาปรับใช้แทนที่ในวิชาชีพแพทย์บางสาขา

นักวิทยาศาสตร์จากสถาบัน RIKEN และบริษัท Sumitomo Riko ภายในประเทศญี่ปุ่น ได้พัฒนาหุ่นยนต์พยาบาลนามว่า "Robear" มาเพื่อคอยทำหน้าที่ดูแลรักษาคนไข้ โดยหุ่นยนต์ Robear จะคอยทำหน้าที่อุ้มผู้ป่วยที่ไม่สามารถขยับตัวเองได้ ลงจากเตียง หรือ แก้อั้วลแชร์ และยังช่วยประคองผู้ป่วยหากต้องการจะยืนขึ้น ด้วยความนุ่มนวล อ่อนโยน

ทางด้านกฎหมาย การตัดสินใจที่ความ ประเทศมาเลเซียเตรียมนำ AI มาใช้ช่วยในการตัดสินใจคดีความ ในส่วนของกระบวนการยุติธรรมที่หลายๆ ประเทศกำลังประสบคือความล่าช้าในการกระบวนการทางกฎหมาย ซึ่งอาจเกิดจากการขาดแคลนบุคลากรในกลุ่มวิชาชีพ มาเลเซียจึงได้คิดค้น AI มาใช้ช่วยในการตัดสินใจคดีความ โดยอาศัยการเก็บข้อมูลจากคดีเก่าๆ และประมวลผลออกมาให้ผู้พิพากษาสามารถตัดสินใจคดีความได้รวดเร็วมากยิ่งขึ้น

ในภาคการผลิต จะเป็นส่วนที่ถูกเทคโนโลยีใหม่มาปรับใช้แทนที่ได้ง่ายที่สุด อันเป็นผลมาจากการนำหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ (Artificial Intelligence and Robotics) มาใช้ทำงานในกระบวนการผลิตสินค้า อะไหล่ที่ตามที่เป็นกระบวนการที่ต้องทำซ้ำ ๆ และต้องการความรวดเร็ว ความแม่นยำ การนำหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติมาใช้งานนั้นจะทำให้ลดต้นทุนด้านการใช้จ่ายแรงงาน เช่น Adidas Speed Factory มีเครื่องจักรที่นำมาใช้ในโรงงาน เครื่องหนึ่งสามารถทำการผลิตได้ถึง 500,000 คู่ต่อปี

สำหรับประเทศไทย 3.0 สู่ ความเป็น 4.0 เป้าหมายของรัฐบาลไทยในปัจจุบัน คือการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมในประเทศไทย 3.0 สู่ความเป็น 4.0 ด้วยนวัตกรรม เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่เป็นฐานการผลิตที่แข็งแกร่ง และมีแนวโน้มที่จะถูกปรับใช้เทคโนโลยีใหม่มาแทนที่ของเดิมแน่นอน เพราะฉะนั้นเราต้องรู้จักปรับตัวไปสู่ Industry 4.0 โดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการผลิต อาทิ IoT (Internet of Things) 5G Automation Robotics ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญที่จะขับเคลื่อนอุตสาหกรรมไทยไปอยู่ในจุดที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน คือ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการใช้คอมพิวเตอร์ (Peopleware) เช่น ผู้ใช้งาน (User) นักเขียนโปรแกรม (Programmer) ช่างเทคนิค (Technician Support) เป็นต้น ฮาร์ดแวร์ (Hardware) เช่นอุปกรณ์ต่างๆ ที่จับต้องได้ ที่ประกอบเป็นเครื่องคอมพิวเตอร์ และ ซอฟต์แวร์ (Software) คือชุดคำสั่งหรือโปรแกรมที่ใช้ควบคุมการทำงานของเครื่องคอมพิวเตอร์ ทั้ง 3 ส่วนนี้ควรได้รับการพัฒนาทั้งกำลังคนให้มีทักษะ พัฒนาเครื่องจักรรวมถึงกระบวนการผลิต และพัฒนาระบบภายในให้มีความทันสมัยมากขึ้น

แนวคิดดิจิทัลแพลตฟอร์ม

Accenture (2561) ได้ให้ความหมายของ ดิจิตอลแพลตฟอร์ม ไว้ว่า เป็นรูปแบบธุรกิจที่มีเทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนในการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจ และเอื้อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างกลุ่มคนที่เป็นอิสระต่อกัน 2 กลุ่มหรือมากกว่า โดยทั่วไป แพลตฟอร์ม ช่วยนำผู้ซื้อและผู้ขายมาเจอกัน ทำให้เกิดกิจกรรมแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างกัน แพลตฟอร์ม ยังทำให้เกิดการแบ่งปันข้อมูลข่าวสาร เพิ่มความร่วมมือในการทำงาน หรือกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมของสินค้าและบริการใหม่ๆ ในเชิงนิเวศวิทยา แพลตฟอร์มเป็นตัวเชื่อมโยง 2 ฝ่ายหรือมากกว่า เพื่อสร้างเครือข่ายที่ทรงพลัง ส่งผลเพิ่มพูนมูลค่าเมื่อมีสมาชิกเข้าร่วมมากขึ้น ดิจิตอลแพลตฟอร์ม มีเทคโนโลยีเป็นรากฐานสำคัญ หรือเกิดเป็นบริษัทขึ้นมาได้โดยมีเทคโนโลยีเป็นแกนหลักของธุรกิจ เช่น Google, Apple, Facebook, Amazon และอื่นๆ หรือในกลุ่มธุรกิจใหม่ที่เป็นขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี (Digital Startup) อย่าง Airbnb หรือ Grab ที่ใครมีอะไรก็เอามาแลกเปลี่ยนทำธุรกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy)

Economist (2561) กล่าวว่า Sharing Economy มีดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นเครื่องมือ ช่วยลด Transaction Costs ซึ่งเป็นผลดีต่อทั้งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ทำให้แบ่งปันกันได้ด้วยต้นทุนที่ต่ำลงแถมยังสะดวกสบาย จนสามารถขยายตลาดให้ใหญ่ขึ้นได้ แนวคิดนี้ให้อิสระภาพกับผู้คนในการเป็นผู้เลือกที่จะเป็นฝ่ายให้บริการหรือใช้บริการ ตัวอย่างเช่น Grab ที่ช่วยให้คนมีรถสามารถสร้างรายได้เพิ่ม จากการรับส่งผู้โดยสารที่ต้องการให้ไปส่ง หรือ Airbnb ที่ช่วยให้คนมีห้องพักแต่ไม่ได้ใช้ประโยชน์ สร้างรายได้จากการปล่อยห้องให้ผู้กำลังมองหาที่พักได้มีทางเลือกเพิ่มเติม ทั้งสองตัวอย่างนี้แสดงให้เห็นถึงการให้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากขึ้น

ธนชาติ นำนันทดา (2561) แบ่งประเภทของแพลตฟอร์ม (Types of Platform) เป็น 4 ประเภทคือ แพลตฟอร์มมี 4 ประเภท 1) Exchange Platform มีหน้าที่เป็นตัวกลางนำผู้ซื้อผู้ขายมาเจอกัน ทำให้เกิดกิจกรรมแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการระหว่างกัน 2) Transaction Platform เป็นตัวกลางในการทำธุรกรรมต่างๆ 3) Ad-support media เป็นแพลตฟอร์มที่มาพร้อมโฆษณาออนไลน์ และ 4) Hardware/Software ฮาร์ดแวร์สำหรับมือถือเช่น Android, iOS สำหรับคอมพิวเตอร์เช่น PC, Mac

ข้อได้เปรียบของดิจิทัลแพลตฟอร์มคือ 1) ดึงดูดการพัฒนาแพลตฟอร์มรูปแบบต่างๆ เช่น Web APIs การพัฒนาซอฟต์แวร์เพื่อใช้กับแพลตฟอร์มเพื่อเสริมศักยภาพให้ดียิ่งขึ้น 2) Stable growth รองรับการเติบโตอย่างรวดเร็ว 3) On-demand access สามารถเข้าถึงได้เมื่อต้องการ และ 4) มีระบบสร้างความไว้วางใจ (Trust) แพลตฟอร์มจะทรงพลังมากขึ้นเมื่อมีสมาชิกเข้าร่วมมากขึ้น นอกจากองค์ประกอบทางเทคนิคของแพลตฟอร์มแล้ว ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญคือ ความไว้วางใจ เพราะคนที่ใช้แพลตฟอร์มเป็นตัวกลางซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการนั้น ไม่เคยรู้จักกันมาก่อน ดังนั้นเรื่องของความไว้วางใจในบริการจากแพลตฟอร์มจึงมีความสำคัญมาก ระบบที่ช่วยได้คือ ระบบการให้คะแนนหลังใช้บริการ ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้บริการทราบประวัติการให้บริการที่ผ่านมา เมื่อรับรู้แล้วความเสี่ยงที่จะมีปัญหาตามมาก็ลดน้อยลง ทั้งยังช่วยเพิ่มความไว้วางใจในตัวผู้ใช้บริการ นอกเหนือจากนี้ บริการแก้ไขข้อพิพาทและระบบจ่ายเงินที่ปลอดภัย ยังช่วยเพิ่มความไว้วางใจและกระตุ้นให้ธุรกิจเติบโตบนพื้นฐานของความไว้วางใจได้อีกด้วย ดิจิทัลแพลตฟอร์ม มีเทคโนโลยีเป็นรากฐานสำคัญ หรือเกิดเป็นบริษัทขึ้นมาได้โดยมีเทคโนโลยีเป็นแกนหลักของธุรกิจ เช่น Google, Apple, Facebook, Amazon และอื่นๆ หรือในกลุ่มธุรกิจที่มีดิจิทัลเทคโนโลยีเป็นตัวขับเคลื่อนธุรกิจ (Digital Startup) อย่าง Airbnb หรือ Grab ที่ใครมีอะไรก็เอามาแลกเปลี่ยนทำธุรกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy)

Airbnb และ Grab ทั้งสองบริษัทนี้ได้รับผลกระทบจากเครือข่ายที่ขยายใหญ่ขึ้น มีสมาชิกผู้ใช้บริการมากมาย ภายใต้เครือข่ายที่เติบโตขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งยิ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสมาชิกของบริษัท (Network Effects) คือทำให้มีการแบ่งปันทรัพยากรกันมากขึ้น ผู้ให้บริการกับผู้ใช้บริการมีตัวเลือกเพิ่มขึ้น โดยมีดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นตัวรองรับกิจกรรมต่างๆ Gawer and Evans (2561) กล่าวว่า Network Effects เป็นคุณลักษณะพื้นฐานของแพลตฟอร์ม กล่าวคือ แพลตฟอร์มจะสร้างคุณค่าให้กับผู้ใช้และผู้ให้บริการเพิ่มมากขึ้น เมื่อสองฝ่ายหันมาใช้ประโยชน์จากแพลตฟอร์มมาก

Babak Mohajeri Riko Nybreg และ Mark Nelson (2017) ให้ข้อเสนอแนะวิธีพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือในการให้บริการ (Developing Collaborative Service Networks) ว่าควรต้องมียุทธศาสตร์ประกอบ 5 ข้อด้วยกันคือ 1) ผู้ให้บริการกับผู้ให้บริการสามารถค้นหากันเองได้ (Visibility and Discovery Mechanism) 2) กลไกในการสร้างความน่าเชื่อถือ (Bilateral Trust Mechanism) วิธีสร้างความน่าเชื่อถือแบบเดิม ๆ มักอ้างชื่อเสียงขององค์กร ซึ่งหลายครั้งก็ใช้ไม่ได้ผล วิธีแบบใหม่ภายใต้ Collaborative Service Network ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้ผู้ให้บริการกับผู้ให้บริการ ผ่านระบบกลไกที่ตอบสนองทั้งสองฝ่ายในทันที (Dynamic Reputational Based System) หากผู้ให้บริการทำหน้าที่ได้ดี ผู้ใช้บริการก็ให้คะแนนได้ทันที ทำให้ชื่อเสียงดี ยอดขายก็จะยิ่งดีตามไปด้วย 3) ทำการซื้อขายผ่านระบบ (Transaction System) ผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการสามารถเลือกสินค้าและบริการ แล้วชำระค่าสินค้าและบริการผ่านระบบได้ทันที ทำให้ประหยัดเวลาไปได้มาก ระบบนี้ช่วยสร้างคุณค่าให้กับทั้งผู้ให้บริการและผู้ให้บริการ ให้ตกลงซื้อขายกันได้สะดวกรวดเร็วขึ้น 4) กลไกในการสร้างคุณค่าให้กับทั้งผู้ให้บริการและผู้ให้บริการ (Value Capture Mechanism) เป็นคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมที่อาจวัดเป็นตัวเงินไม่ได้ 5) กลไกในการสร้างความโปร่งใส เพื่อให้บริการซ้ำ หรือซื้อซ้ำ (Transparent Reinvestment Mechanism) เครือข่ายความร่วมมือในการให้บริการ หรือ Collaborative Service Network เป็นระบบที่ยั่งยืนและมีเป้าหมายระยะยาว เป็นระบบที่ทำงานโปร่งใสบนพื้นฐานของเครือข่ายและฟีดแบคจากลูกค้า เน้นสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าเป็นหลัก มีการเก็บข้อมูลผลสะท้อนกลับ (Feedback) รวดเร็วเพื่อนำมาพัฒนาสินค้าและบริการอย่างต่อเนื่อง ให้ลูกค้าผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด ด้วยกลไกนี้บริษัทจึงพัฒนาอยู่ตลอดเวลาและเติบโตอย่างยั่งยืน

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

จากแนวคิดทฤษฎีต่างๆ สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวสร้างรายได้จำนวนมหาศาลให้ประเทศไทยในแต่ละปี การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก ในขณะที่ทางด้านผู้ประกอบการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในประเทศไทยยังขาดความรู้ความเข้าใจทางด้านการตลาดและการบริหารจัดการ (ณัฐินี ทองดี และกนก บุญศักดิ์, 2560) ทางด้านแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลก (Mega Trends) ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมการใช้ชีวิตของคนเรา โดยเฉพาะทางด้านการ Technology Disruption ไม่เพียงแต่เรื่องของข้อมูลการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวด้วยข้อมูลสารสนเทศเท่านั้น ผู้ประกอบการเลือกที่จะปรับใช้เทคโนโลยีในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน ทั้งในด้านการตลาด และการดำเนินงาน ซึ่งทั้งสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภค และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ในขณะเดียวกัน เมื่อผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบายในการใช้เทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้น ผู้บริโภคเริ่มพึ่งพาการใช้เทคโนโลยีมากขึ้น เพื่อเป็นการรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศไปถึงระดับนานาชาติ การสร้างความแข็งแกร่งท่องเที่ยวชุมชนด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม ภายใต้รูปแบบแพลตฟอร์มการแลกเปลี่ยน (Exchange Platform) จะช่วยส่งเสริมทางด้านการตลาดให้สินค้าและบริการโดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้รับการเข้าถึงโดยนักท่องเที่ยวจากทุกมุมของโลก ทุกเวลาที่ต้องการ (On-demand Access) ที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และในรูปแบบแพลตฟอร์มนี้สามารถรองรับการเติบโตอย่างรวดเร็วจากสมาชิกที่เพิ่มขึ้นทั้งจากทั้งฝั่งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการได้ (Stable Growth) ที่สำคัญคือมีระบบการสร้างความไว้วางใจในการใช้บริการ และให้บริการ โดยผู้ให้บริการและผู้ให้บริการสามารถแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริการและการให้บริการได้อย่างเปิดเผย (Feedback System) เพื่อให้เกิดการพัฒนา และรักษาคุณภาพที่ดีในการบริการ ซึ่งจะช่วยลดปัญหาคุณภาพของการบริการ การหลอกลวงนักท่องเที่ยว มิฉะพินได้ การนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาประเทศในมิติต่างๆ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม การพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน จะช่วยส่งเสริมทางด้านการตลาดให้กับผู้ประกอบการ อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะอยู่สถานที่ใด สามารถเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้อย่างสะดวกรวดเร็ว ตามความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจใช้บริการได้เนื่องจากมีข้อมูล ความคิดเห็น การใช้บริการ ที่น่าเชื่อถือ ให้นักท่องเที่ยวที่สนใจใช้ประกอบการตัดสินใจได้ โดยกลไกของดิจิทัลแพลตฟอร์มนี้จะสร้างเครือข่ายทั้งผู้ให้บริการ และผู้รับบริการ ซึ่งช่วยให้การสร้างเครือข่ายความร่วมมือในกิจกรรม เช่น การประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ขอความร่วมมือ การให้ความรู้ ฝึกอบรมต่างๆ จึงมีความเป็นไปได้และมีประสิทธิภาพมากขึ้น การพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว หน่วยงานท่องเที่ยวในพื้นที่ และผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาระบบ อีกทั้งใช้งบประมาณที่ค่อนข้างสูง จึงจำเป็นต้องศึกษาและวางแผนในการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด รวมถึงการพัฒนาความพร้อมผู้ประกอบการ โดยการให้ความรู้ ความเข้าใจ ฝึกอบรมและพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้อง ด้านภาษา การตลาด การใช้เทคโนโลยี สร้างเครือข่ายความร่วมมือในชุมชน และส่งเสริมการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาท่องเที่ยวชุมชนให้มีความแข็งแกร่งอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

Marketing54Online. (2562). 7P's ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ.

เข้าถึงจาก http://marketing54online.blogspot.com/2014/01/7ps_25.html. (สืบค้นเมื่อ 10 มิถุนายน 2562).

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2560). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย ปี 2560.

ธนาชาติ นานนท์ดา. (2561). Business Platform Model. เข้าถึงจาก <https://thanachart.org/2018/04/07/platform-business-model-map>. (สืบค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2562).

นพพล พานิชปฐม. (2558). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกโดยสารด้วยสายการบินแอร์เอเชีย.

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม.

- ณัฐินี ทองดี และกนก บุญศักดิ์. (2560). การจัดการตลาดการท่องเที่ยว โดยชุมชน แหล่งมรดกทางวัฒนธรรม. *วารสารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ*, 9(2), 127-134.
- สมบุญ ธรรมลังกา. (2556). รูปแบบการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นฐานในจังหวัดเชียงราย. *วิทยานพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, คณะศึกษาศาสตร์และพัฒนศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*.
- วงศ์สถิตย์ วิสุทธิ์. (2560) *บทบาทชุมชนท้องถิ่นกับการขับเคลื่อนสู่โมเดลประเทศไทย 4.0*. เข้าถึงจาก <https://sites.google.com/a/life.ac.th/main/bthkhwamwichakar/bthbathchumchntxngthinkabkarkhabkhe luxnsumodelprathesthiy40>. (สืบค้นเมื่อ 15 มิ.ย. 2562).
- Accenture. (2016). *Five Ways to Win with Digital Platform*. Available: https://www.accenture.com/us-en/_acnmedia/pdf-29/accenture-five-ways-to-win-with-digital-platforms-full-report.pdf. (Jan 1, 2018).
- Babak, Mohajeri, Nyberg, Riko & Nelson, Mark. (2017). *Collaborative Service Networks, Case Study of Uber and Airbnb*. *International Journal of Innovative Studies in Sciences and Engineering Technology*. 3(7), 10-11.
- Economic Intelligent Center. *Marketing Strategy for Generation Y*. Available: www.scbeic.com/th/detail/file/product/130/dzi68owq5l/8372_20141112161337.pdf (Jun 10, 2019).
- Gawer and Evans. (2016). *The Rise of Enterprise Platform*. Available: www.thecge.net/app/uploads/2016/01/PDF-WEB-Platform-Survey_01_12.pdf. (Jun 15, 2019).
- Marketingoops. (2020). Technology Disruption. Available: <https://www.marketingoops.com/news/seminar-and-forum/technological-disruption/>. (Jul 12, 2020).
- MReport. *Disruptive Technology อุตสาหกรรมไทย อยู่อย่างไรให้รอด*. Available: www.mreport.co.th/news/industry-movement/010-Industry4-Digital-DisruptiveTechnology. (July 13, 2020).
- TAT Review. (2555). *อนาคตจะเป็นอย่างไร? ผู้บริโภคกับการนำเทคโนโลยีมาใช้*. Available: www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2012/menu-2012-jan-mar/60-12555-futute-technology2. (August 16, 2019).



The banner features the RCIM Graduate School logo on the left, which includes a stylized 'RCIM' and the text 'เปิดรับสมัครเรียนพื้นที่'. The main text in the center reads 'รับสมัครนักศึกษาใหม่' (New Student Recruitment) and 'บริหารธุรกิจ - รัฐประศาสนศาสตร์' (Business Administration - Public Administration). On the right, it mentions 'วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ' (Innovation Management College) and 'มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี' (Rajabhat Mahachulalongkornrajavidyalaya University). Below this, it lists 'สาขา' (Branch) and 'หัวหิน' (Hua Hin). The programs offered are 'ปริญญาโท MBA & MPA' and 'ปริญญาเอก DBA & DPA'. At the bottom, the website 'http://www.rcim.in.th' is provided, along with contact numbers: '092-442-7000 (หัวหิน)' and '092-442-8000 (สาขานาย)'.

แนวทางการปฏิบัติงานร่วมกันของสถานีตำรวจนครบาลประชาชื่นและหน่วยกู้ภัย เมื่อเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน

Solution for improving co-operation between the police office and rescue service for road accidents in Prachachuen Police Station

ทศพล อัครพงษ์ไพบูลย์¹ ธันวาพร อัครพงษ์ไพบูลย์² พรชัย ขันทะวงศ์³

สุพัตรา ยอดสุรางค์⁴ และรัฐจักรพล สามทองคำ⁵

Tossapon Akkarapongpaiboon¹ Thunwaporn Akkarapongpaiboon² Pornchai Kuntawong³

Suphattra Yodsurang⁴ and Ratthachakphon Samtongkum⁵

^{1,3,4,5} วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

² คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

E-mail: tossapon.akk@rmutr.ac.th, thunwaporn.akkp@bumail.net, pronchai.kun@rmutr.ac.th,

bluessky28@gmail.com, ratthachakphon.sam@rmutr.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสมรรถนะและข้อจำกัดในการปฏิบัติงานร่วมกัน ของเจ้าหน้าที่ตำรวจและเจ้าหน้าที่กู้ภัย เมื่อเกิดอุบัติเหตุทางถนน ในเขตรับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลประชาชื่น กองบัญชาการตำรวจนครบาล และเพื่อศึกษาแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันของสถานีตำรวจและหน่วยกู้ภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุทางถนนขึ้นในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลประชาชื่น กองบัญชาการตำรวจนครบาล ซึ่งในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก และการเก็บข้อมูลโดยการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมเพื่อทำการศึกษาการปฏิบัติงานจริงของทั้ง 2 หน่วยงาน

ผลการวิจัยพบว่า หนึ่ง สมรรถนะในการปฏิบัติงานของหน่วยงานทั้ง 2 หน่วยงานที่มีความแตกต่างกันคือ เจ้าหน้าที่ตำรวจมีสมรรถนะในเรื่องความรู้ด้านกฎหมายและการดำเนินคดี เจ้าหน้าที่หน่วยกู้ภัยมีสมรรถนะในด้านการเดินทางไปถึงที่เกิดเหตุด้วยความรวดเร็ว คล่องแคล่ว รวมถึงการปฐมพยาบาลและเคลื่อนย้ายผู้ได้รับบาดเจ็บเพื่อนำส่งโรงพยาบาลได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว สอง ข้อจำกัดในการปฏิบัติงานร่วมกันของเจ้าหน้าที่ตำรวจและเจ้าหน้าที่กู้ภัย คืออุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานเสื่อมสภาพและไม่เพียงพอ ทรัพย์สินของผู้ได้รับบาดเจ็บหรือเสียชีวิตสูญหาย และการเดินทางไปที่เกิดเหตุล่าช้า โดยที่หน่วยงานแต่ละหน่วยงานนั้นมีข้อจำกัดเฉพาะตัว โดยสถานีตำรวจนครบาลประชาชื่น มีข้อจำกัดคือกำลังพลของเจ้าหน้าที่ตำรวจไม่เพียงพอ ในขณะที่เจ้าหน้าที่กู้ภัยมีข้อจำกัดด้านงบประมาณไม่เพียงพอ สาม แนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันของเจ้าหน้าที่ตำรวจและเจ้าหน้าที่กู้ภัยคือ ขณะที่เจ้าหน้าที่กู้ภัยเข้าปฏิบัติงานในจุดเกิดเหตุอาจมีการทำลายพยานหลักฐานโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ โดยหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องทำการประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ ซึ่งหน่วยงานกู้ภัยเป็นหน่วยงานแรกๆ ในการเข้าถึงที่เกิดเหตุ ซึ่งอาจช่วยเหลือเจ้าหน้าที่ตำรวจในเบื้องต้นโดยการถ่ายภาพที่เกิดเหตุโดยรวบรวมและการรักษาพยานหลักฐานในสถานที่เกิดเหตุเบื้องต้นเพื่อเป็นหลักฐานในการดำเนินคดีของเจ้าหน้าที่ตำรวจต่อไป ซึ่งเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานทั้ง 2 หน่วยงานควรสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องร่วมกันก่อน แล้วจึงสร้างความเข้าใจและให้ความรู้แก่ประชาชนทั้งในฐานะผู้ประสบเหตุและผู้เห็นเหตุการณ์ โดยการจัดทำโครงการให้ความรู้แก่ชุมชน โรงเรียน หรือเผยแพร่ทางสื่อท้องถิ่นและโซเชียลมีเดีย และรัฐบาลควรให้การสนับสนุนงบประมาณให้แก่หน่วยงานกู้ภัยเพื่อใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพของอุปกรณ์ต่างๆ ในการปฏิบัติงาน

คำสำคัญ: การปฏิบัติงานร่วมกัน อุบัติเหตุบนท้องถนน แนวทาง

Abstract

This research aimed to study the competency and limitations of joint work. Of police and rescuers When there is a road accident In the area of responsibility of the Prachachuen Police Station, Metropolitan Police Headquarters And to study guidelines for the joint operation of the police station and the rescue service when a road accident occurs in the area of responsibility of Prachachuen Police Station Metropolitan Police Headquarters In this research study, the researcher collected the data by in-depth interview method. The data was collected by non-participant observation to study the practice of both departments.

This research of the research found that one competency of the two working agencies was different. Police officers have competencies in legal and litigation knowledge. Rescuers have the capacity to get to the scene quickly and efficiently, including providing first aid and transporting the injured to the hospital accurately and quickly. Police and rescue personnel Is the equipment used in operations wear and tear and not enough The property of the injured or dead person is lost. And the trip to the scene was delayed Where each agency has its own limitations By Prachachuen Police Station There is a limitation: the personnel of the police are not enough. While rescuers have insufficient budgetary constraints, three approaches to the combined action of police and rescuers are: Destruction of evidence at the scene The agencies involved must publicize and educate the public. The rescue agency was one of the first agencies to reach the scene. They may initially aid the police by taking photographs of the crime scene and keeping preliminary evidence at the scene as evidence in the police proceedings further. In the wrong movement of the injured person In which officials from both departments should build a correct knowledge and understanding first Then builds understanding and educating people both as victims and witnesses By conducting educational programs for the school community or spreading them through local media and social media And the government should provide budget support for rescuers to use in improving the efficiency of equipment in their operations.

Keywords: Improving co-operation, Road accidents, Solution

บทนำ

อุบัติเหตุบนท้องถนนถือว่าเป็นปัญหาสำคัญของประเทศไทย เนื่องจากการเกิดอุบัติเหตุในแต่ละครั้งนั้นก่อให้เกิดความสูญเสีย ไม่ว่าจะเป็นชีวิตหรือทรัพย์สินของประชาชน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา ข้อมูลการเกิดอุบัติเหตุจากบริษัทกลางคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถจำกัด ระบุว่า การเกิดอุบัติเหตุในเขตกรุงเทพมหานครในปี พ.ศ. 2562 มีผู้ประสบภัยจำนวน 43,415 ราย ในจำนวนนี้มีผู้เสียชีวิต 402 ราย มีผู้บาดเจ็บ 43,013 ราย และความสูญเสียทรัพย์สิน อีกมากมาย ไม่ว่าจะเป็น การสูญเสียทางตรงและทางอ้อม สภาพจิตใจของผู้ประสบภัยและครอบครัว ล้วนแต่เป็นเหตุให้มีผลกระทบต่อไปยังสังคมส่วนรวมได้ในอนาคต

อุบัติเหตุบนท้องถนนที่เกิดขึ้นหากพิจารณาแล้วมีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นความประมาท สภาพของรถ การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ สภาพถนนที่ไม่สมบูรณ์ สภาพอากาศที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการใช้รถใช้ถนน เป็นต้น

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นเราจะเห็นได้ว่าการเกิดอุบัติเหตุในแต่ละครั้ง จะมีผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชน ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน ซึ่งหากพิจารณาในด้านความมั่นคงการเกิดอุบัติเหตุ นับว่าเป็นความสูญเสียที่ประเทศไทยจะต้องให้ความสำคัญในการป้องกันและลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้น โดยจะต้องสร้างความพร้อมในทุกๆ ด้านที่จะเผชิญกับความสูญเสียนั้น รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนนได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ในการแก้ไขและลดการเกิดอุบัติเหตุ ไม่ว่าจะเป็นกองทุนเพื่อความปลอดภัยในการใช้รถใช้ถนน กรมการขนส่งทางบก กรมทางหลวง เป็นต้น

ในการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนนที่เกิดขึ้นเมื่อพิจารณาแล้วประกอบกับงานวิจัยเรื่องแนวทางการป้องกันอุบัติเหตุจราจรบนท้องถนนในช่วงเทศกาลพบว่า มีสาเหตุที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการเกิดอุบัติเหตุหลายสาเหตุ ไม่ว่าจะเป็นความประมาทของผู้ขับขี่ การไม่ปฏิบัติตามกฎจราจร การดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ สภาพถนนที่เสียหายหรือไม่สมบูรณ์ สภาพอากาศ ทักษะในการขับขี่ เป็นต้น ซึ่งได้มีงานวิจัยหลายชิ้นเกี่ยวกับการป้องกันอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นจากการใช้รถใช้ถนนพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความรุนแรงของการเกิดอุบัติเหตุทางถนนที่เด่นชัดที่สุดนั้นก็คือพฤติกรรมการใช้รถใช้ถนนของผู้ขับขี่ยานพาหนะ ซึ่งสาเหตุหลักของการเกิดอุบัติเหตุเกิดจาก “คน” ซึ่งพฤติกรรมส่วนใหญ่พบว่าผู้ขับขี่ไม่คาดเข็มขัดนิรภัยขณะขับขี่ยานพาหนะ ขับรถเร็วเกินกว่าอัตราที่กำหนด ไม่สวมหมวกนิรภัยขณะขับขี่รถจักรยานยนต์ ไม่มีสัญญาณไฟฉุกเฉินในขณะจอดรอ หรือสัญญาณไฟขณะเลี้ยวรถ หรือแซงรถโดยผิดกฎหมาย ขับรถไม่เว้นระยะห่างจากรถคันหน้า ขับรถตัดหน้าอย่างกระชั้นชิด ไม่ปฏิบัติตามเครื่องหมายจราจร หรือสัญญาณไฟจราจร เป็นต้น (อรุณรัตน์ ไชยวิริยโชติ, 2546)

จากสาเหตุการเกิดอุบัติเหตุต่างๆ ข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงสาเหตุการเกิดอุบัติเหตุส่วนใหญ่เกิดจากคนและพฤติกรรมการขับขี่ ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วอุบัติเหตุบนท้องถนนเป็นสิ่งที่เราสามารถควบคุมได้ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการเกิดอุบัติเหตุมากที่สุดนั้นก็คือประชาชนผู้ใช้รถใช้ถนน ทั้งนี้เมื่อมีการเกิดอุบัติเหตุเกิดขึ้นขั้นตอนหรือกระบวนการในการช่วยเหลือผู้ประสบภัยจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นปัจจัยหลักในการช่วยลดอัตราการบาดเจ็บและเสียชีวิตของผู้ได้รับบาดเจ็บ โดยหน่วยงานทั้งภาครัฐหรือภาคประชาสังคมที่เกี่ยวข้องสามารถทำหน้าที่ในการประสานงานในการช่วยเหลือผู้ได้รับบาดเจ็บได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ เป็นการลดความสูญเสีย และส่งผลให้อัตราการรอดชีวิตของผู้ได้รับบาดเจ็บมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นด้วย โดยกระบวนการในการประสานงานช่วยเหลือผู้ได้รับบาดเจ็บที่ประสบอุบัติเหตุบนท้องถนน ไม่สามารถปฏิบัติงานได้เพียงหน่วยงานเดียว โดยจะต้องมีการประสานงานและความร่วมมือกันหลายหน่วยงาน ซึ่งหน่วยงานที่มีบทบาทหน้าที่โดยตรงเมื่อมีการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน นั่นก็คือสถานีตำรวจและหน่วยงานกู้ภัย ซึ่งหากหน่วยงานทั้ง 2 หน่วยงานสามารถปฏิบัติงานและประสานงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพก็จะเป็นการลดอัตราการบาดเจ็บหรือเสียชีวิตของผู้ประสบอุบัติเหตุบนท้องถนนลงได้

ประโยชน์ที่จะได้รับจากงานวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้จำแนกประโยชน์ของการวิจัยออกเป็น 2 ประเด็นคือ

1. ได้ทราบถึงสมรรถนะและข้อจำกัดในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจและเจ้าหน้าที่กู้ภัยเมื่อมีการเกิดอุบัติเหตุจราจรบนท้องถนน ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะสามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานของทั้ง 2 หน่วยงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป
2. ได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันของเจ้าหน้าที่ตำรวจและเจ้าหน้าที่กู้ภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน โดยข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะสามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการวางนโยบายเกี่ยวกับการลดความรุนแรงเมื่อเกิดอุบัติเหตุจราจรบนท้องถนนซึ่งจะทำให้ประชาชนมีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินและลดความสูญเสียชีวิตและความรุนแรงจากการเกิดอุบัติเหตุมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสมรรถนะและข้อจำกัดในการปฏิบัติงานร่วมกัน ของเจ้าหน้าที่ตำรวจและเจ้าหน้าที่กู้ภัย เมื่อเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน ในเขตรับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลประจักษ์ กองบัญชาการตำรวจนครบาล
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันของสถานีตำรวจและหน่วยกู้ภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุขึ้นในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลประจักษ์ กองบัญชาการตำรวจนครบาล

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มได้แก่

1. กลุ่มเจ้าหน้าที่ตำรวจจราจรสถานีตำรวจนครบาลประจักษ์ กองบัญชาการตำรวจนครบาล
2. กลุ่มเจ้าหน้าที่กู้ภัยที่ปฏิบัติงานในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลประจักษ์ กองบัญชาการตำรวจนครบาล

โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง 2 กลุ่ม เป็นผู้ปฏิบัติงานเมื่อเกิดอุบัติเหตุทางถนนในพื้นที่รับผิดชอบสถานีตำรวจนครบาลประจักษ์ กองบัญชาการตำรวจนครบาล

วิธีการวิจัย

1. ศึกษาเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

ได้แก่ งานวิจัยและวิทยานิพนธ์ หนังสือ เอกสารต่างๆ แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดบทบาทหน้าที่ แนวคิดการมีส่วนร่วม แผนการปฏิบัติงานเมื่อเกิดอุบัติเหตุจราจรบนท้องถนนของสถานีตำรวจ และหน่วยกู้ภัย รวมถึงข้อมูลเกี่ยวกับการเกิดอุบัติเหตุจราจรบนท้องถนน โดยผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีต่างๆ ในการวิเคราะห์ผลการวิจัยโดยมีรายละเอียดดังนี้

ทฤษฎีบทบาท

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ให้ความหมายของคำว่าบทบาท หมายถึง การทำตามบท การทำตามบท โดยปริยายหมายความว่า การทำหน้าที่ที่กำหนดไว้

โคเฮน (1981) ได้ให้ความหมายของคำว่าบทบาทไว้หมายถึงพฤติกรรมที่บุคคลคาดหวังโดยผู้อื่นสำหรับผู้ดำรงตำแหน่งนั้น จะต้องปฏิบัติ ในส่วนของบทบาทที่ปฏิบัติจริงเป็นวิธีการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลได้แสดงหรือปฏิบัติออกมาจริงตามตำแหน่งซึ่งความไม่ตรงกันระหว่างบทบาทที่ถูกกำหนดกับบทบาทที่ปฏิบัติจริงนั้นอาจมีสาเหตุมาจาก บุคคลขาดความเข้าใจในการมีบทบาทร่วมกันที่ต้องการ บุคคลไม่เห็นด้วยหรือไม่ลงรอยกับบทบาทที่ถูกกำหนด บุคคลไม่มีความสามารถที่จะแสดงบทบาทนั้นออกมาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Rizzo, John R., Robert J. House and Sidney L. Lirtzman (1970) ให้ความหมายของคำว่าบทบาทหมายถึงพฤติกรรมที่บุคคลคาดหวังจากบุคคลผู้ดำรงบทบาท ซึ่งบทบาทนี้จะเกิดการเรียนรู้ บทบาทหน้าที่ทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ สิทธิและสิทธิพิเศษที่สำคัญที่สุดก็คือสามารถจะเข้าใจได้จากบทบาทที่บุคคลคาดหวังซึ่งถูกสื่อสารไปยังบุคคลนั้นจากบรรดาสมาชิกในสังคมนั้น

อมรรัตน์ เรืองสกุล (2551) ให้ความหมายคำว่าบทบาทไว้ดังนี้ บทบาทเป็นเสมือนเครื่องมือในการประสานมนุษย์ให้รวมตัวกันในสังคม มีการสร้างกฎเกณฑ์ที่ช่วยให้เกิดความเข้าใจ มีการปรับทัศนคติรวมถึงพฤติกรรมของสมาชิกในสังคม อีกทั้งยังช่วยลดช่องว่างระหว่างสังคมเข้าด้วยกัน

แนวความคิดการมีส่วนร่วม

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2546) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมคือ การที่ฝ่ายหนึ่งฝ่ายใดที่ไม่เคยได้เข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ หรือเคยเข้าร่วมกิจกรรมในการตัดสินใจหรือเคยร่วมด้วยเล็กน้อยได้เข้าร่วมด้วยกันมากขึ้นเป็นไปอย่างมีอิสระภาพ เสมอภาค โดยไม่ใช้มีส่วนร่วมอย่างผิวเผินแต่เป็นการเข้าร่วมด้วยอย่างแท้จริงและเป็นการเข้าร่วมที่ต้องเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้าย

นัย มนัสปัญญากุล (2544 อ้างถึงใน เกรียงศักดิ์ คงทับทิม, 2546) ได้ให้คำจำกัดความและสรุปความหมายของการมีส่วนร่วมว่าการมีส่วนร่วมนั้นเป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลที่มีส่วนช่วยเหลือระหว่างกันด้วยจิตใจและอารมณ์ของแต่ละบุคคลในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติงาน และร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อบรรยากาศในการบริหารจัดการ เพื่อให้บรรลุจุดหมาย และข้อมูลประกอบกับคณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ สังกัดสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและมหาดไทย ได้สรุปว่าการมีส่วนร่วมคือการที่ประชาชน ชุมชน หรือกลุ่มคนเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ การรับรู้ การกำหนดนโยบาย เพื่อพัฒนาท้องถิ่นและการรับประโยชน์จากการให้บริการของภาครัฐรวมถึงการมีส่วนร่วมในการควบคุมและประเมินผลในโครงการต่างๆ ของภาครัฐ โดยการมีส่วนร่วมจะแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะได้แก่

1. การมีส่วนร่วมในลักษณะที่เป็นกระบวนการในการพัฒนา ซึ่งจะให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุด ซึ่งก็คือการร่วมกันค้นหาปัญหา การมีส่วนร่วมในการวางแผน การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการระดมทรัพยากรและเทคโนโลยี การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล การมีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น จากโครงการนั้นๆ

2. การมีส่วนร่วมทางด้านการเมือง ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภทย่อย คือการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมสิทธิและพลังอำนาจของพลเมือง ซึ่งประชาชนหรือชุมชนนั้นจะมีขีดความสามารถของตนเองในการบริหารจัดการเพื่อรักษาผลประโยชน์ของชุมชนหรือกลุ่มบุคคล การมีส่วนร่วมในการใช้และการกระจายทรัพยากรของกลุ่มบุคคลหรือชุมชนซึ่งจะก่อให้เกิดกระบวนการและโครงสร้างที่ประชาชนหรือกลุ่มบุคคลในชนบทสามารถแสดงออกถึงความสามารถของตนเองและได้รับประโยชน์จากการพัฒนา

เราสามารถสรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมนั้นหมายถึงการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลซึ่งมีจุดมุ่งหมายเดียวกันเข้าไปมีส่วนร่วมในการทำภารกิจอย่างใดอย่างหนึ่งทั้งในด้านกระบวนการคิด การมีส่วนร่วมในการวางแผนการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน การมีส่วนร่วมในการร่วมกันรับผิดชอบในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงาน

ข้อมูลเกี่ยวกับการเกิดอุบัติเหตุจราจรบนท้องถนน

อุบัติเหตุ หมายถึง เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่คาดหวังและไม่ตั้งใจในเวลาหรือสถานที่แห่งหนึ่ง ซึ่งเกิดขึ้นโดยไม่มีสิ่งใดบอกเหตุล่วงหน้า โดยอุบัติเหตุเป็นผลเชิงลบ จึงควรระวังหลีกเลี่ยงหรือป้องกันไว้ โดยพิจารณาจากปัจจัยสาเหตุต่างๆ ที่จะนำไปสู่การเกิดอุบัติเหตุ (ชาติรี เจริญชิวะกุล, 2555, หน้า 243-290)

แผนปฏิบัติการของหน่วยงานเมื่อเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน

เนื่องจากงานวิจัยนี้จะทำการศึกษาการปฏิบัติงานของทั้งสองส่วนงาน ได้แก่ สถานีตำรวจนครบาลประจักษ์ กองบัญชาการตำรวจนครบาล และหน่วยงานกู้ภัยในเขตพื้นที่รับผิดชอบของ สถานีตำรวจนครบาลประจักษ์ กองบัญชาการตำรวจนครบาลจึงจำเป็นต้องศึกษาแผนการปฏิบัติงานของทั้ง 2 ส่วนงานข้างต้นเพื่อศึกษารายละเอียดและขั้นตอนการปฏิบัติงานโดยจะทำให้สามารถนำไปเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญของหน่วยงานดังกล่าว ซึ่งจะทำให้ทราบถึงสมรรถนะและข้อจำกัดในการปฏิบัติงานเมื่อเกิดอุบัติเหตุจราจรบนท้องถนน ผู้วิจัยได้ทำการสรุปแผนปฏิบัติการของหน่วยงานเมื่อเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนนดังตารางต่อไปนี้

หน่วยงาน	เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ	หน้าที่ขณะเกิดอุบัติเหตุ	วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้
1. สถานีตำรวจนครบาลประจักษ์	1. เจ้าหน้าที่ตำรวจจราจร	-ประสานงานหน่วยกู้ภัยในพื้นที่พื้นที่เข้าช่วยเหลือกรณีมีผู้ได้รับบาดเจ็บ หรือต้องการเคลื่อนย้าย ยานพาหนะคันเกิดเหตุออกจากจุดเกิดเหตุ -อำนวยความสะดวกด้านการจราจรในที่เกิดเหตุและบริเวณใกล้เคียง -รายงานผลการปฏิบัติงาน	-รถจักรยานยนต์สายตรวจ -รถยนต์สายตรวจ -กระบองไฟจราจร -กรวยจราจร -ไฟฉาย,นกหวีด
2. หน่วยงานกู้ภัย	1. หัวหน้าหน่วยงานกู้ภัย	-ออกนโยบายในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่กู้ภัยและอาสาสมัคร -กำกับดูแลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่กู้ภัยและอาสาสมัคร	
	2. เจ้าหน้าที่วิทยุสื่อสารประจำศูนย์สั่งการสื่อสาร	-ปฏิบัติหน้าที่รับแจ้งเหตุทางวิทยุสื่อสารจากสถานีตำรวจหรือหน่วยงานอื่นๆและรับแจ้งเหตุทางโทรศัพท์ -แจ้งรายงานเหตุการณ์เบื้องต้นและรายละเอียดของการเกิดเหตุให้แก่เจ้าหน้าที่ตำรวจ -แจ้งรถกู้ภัยที่อยู่ใกล้เคียงที่เกิดเหตุให้เข้าตรวจสอบเหตุ -จัดบันทึกรายละเอียดที่เกิดเหตุและรายละเอียดของรถคันเกิดเหตุรวมถึงโรงพยาบาลที่นำส่ง เพื่อเก็บไว้ในฐานข้อมูลและส่งให้แก่เจ้าหน้าที่ตำรวจ	-วิทยุสื่อสาร -โทรศัพท์ -คอมพิวเตอร์ -สมุดจดบันทึก

หน่วยงาน	เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบ	หน้าที่ขณะเกิดอุบัติเหตุ	วัสดุอุปกรณ์ที่ใช้
	3. เจ้าหน้าที่ กู้ภัยและอาสาสมัครกู้ภัย	- ประเมินสถานการณ์และได้รับบาดเจ็บเบื้องต้น -ปฐมพยาบาลเบื้องต้นและเคลื่อนย้ายผู้ได้รับบาดเจ็บส่งโรงพยาบาล -เคลื่อนย้ายรถคันเกิดเหตุออกจากที่เกิดเหตุ -อำนวยความสะดวกด้านการจราจรในที่เกิดเหตุ	- กระเป๋าอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น - เทปกั้นที่เกิดเหตุ - กรวยจราจร - อุปกรณ์แบ่นหมึกสำหรับพิมพ์ลายนิ้วมือผู้เสียชีวิต - อุปกรณ์ส่องแสงสว่าง

จากตารางแสดงรายละเอียดการสรุปแผนปฏิบัติการของสถานีดารวจนครบาลประชาชนและหน่วยกู้ภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนนซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วจะเห็นว่า หน่วยงานทั้ง 2 หน่วยงานจะมีการปฏิบัติหน้าที่ของบุคลากรในการปฏิบัติงานเมื่อเกิดอุบัติเหตุทางท้องถนนเหมือนกันและแตกต่างกันอยู่หลายประการตามอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานนั้นๆ ผู้วิจัยจึงทำการสรุปรายละเอียดการปฏิบัติการของหน่วยงานทั้ง 2 หน่วยงานว่ามีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร ดังนี้

ตารางเปรียบเทียบรายละเอียดการปฏิบัติการของหน่วยงาน ทั้ง 2 หน่วยงาน	
หน้าที่ที่เหมือนกัน	หน้าที่ที่ต่างกัน
1. การประเมินสถานการณ์ 2. การจัดทำแผนรับมือกับอุบัติเหตุ 3. แจ้งเหตุ และรายงานเหตุ 4. สื่อสารประสานงานกับหน่วยงานอื่น 5. สรุปรายงานผลการปฏิบัติงาน	1. สถานีตำรวจนครบาลประชาชน - จัดกำลังเจ้าหน้าที่สายตรวจจราจรเข้าพื้นที่เกิดเหตุเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการจราจร - บันทึกประจำวันเกี่ยวกับคดี - เก็บรักษารถคันเกิดเหตุและของกลาง 2. หน่วยงานกู้ภัย - ปฐมพยาบาลผู้ได้รับบาดเจ็บเบื้องต้นในที่เกิดเหตุ - นำผู้ได้รับบาดเจ็บ ส่งโรงพยาบาล - บันทึกข้อมูลผู้ได้รับบาดเจ็บรวมถึงรถคันเกิดเหตุเพื่อส่งข้อมูลให้กับบริษัทกลางคุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ จำกัด

2. วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก

โดยคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์จึงแบ่งกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญออกเป็น 2 กลุ่มดังนี้

- 1) กลุ่มเจ้าหน้าที่ตำรวจ สถานีตำรวจนครบาลประชาชน กองบัญชาการตำรวจนครบาล โดยการคัดเลือกจากเจ้าหน้าที่ตำรวจจราจร จำนวน 5 นาย และ พนักงานสอบสวน จำนวน 5 นาย
- 2) กลุ่มเจ้าหน้าที่กู้ภัย ที่ปฏิบัติงานในเขตพื้นที่รับผิดชอบของ สถานีตำรวจนครบาลประชาชน กองบัญชาการตำรวจนครบาล โดยการสัมภาษณ์หัวหน้าจุดกู้ภัยของ หน่วยงานกู้ภัยทั้ง 3 หน่วยงานในพื้นที่ จำนวน 3 คน

3. วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

ผู้วิจัยทำการติดต่อขอเข้าร่วมสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานเมื่อเกิดอุบัติเหตุจราจรบนท้องถนนจาก สถานีตำรวจนครบาลประชาชน กองบัญชาการตำรวจนครบาล และหน่วยกู้ภัย ในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลประชาชน กองบัญชาการตำรวจนครบาล จำนวน 3 หน่วยงาน ได้แก่ มูลนิธิป่อเต็กตึ๊ง มูลนิธิร่วมกตัญญู และ สมาคมวิทยุสื่อสารประชาชนชาติ ซีบี 245 โดยผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ปฏิบัติงานไปกับเจ้าหน้าที่ตำรวจและเจ้าหน้าที่กู้ภัยเพื่อสังเกตแนวทางการทำงานและอุปสรรคของการทำงาน และจดบันทึกข้อมูลในสมุดบันทึก

4. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดย ข้อความที่จัดบันทึกจากการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อค้นหาแบบแผน (Pattern) ประเด็นหลัก (Theme) รวมถึงแก่นสาระ (Core Consistency) ในวัตถุประสงค์ที่ทำการศึกษา หลังจากที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยผู้วิจัยจะนำข้อมูลเหล่านี้มากำหนดลำดับขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยต่อไปผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดย

นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มาวิเคราะห์ข้อมูลร่วมกับแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่ได้ทำการทบทวนวรรณกรรมมาแล้ว มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา โดยการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยขั้นตอนการปฏิบัติดังนี้

- 4.1 การถอดเทปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์โดยละเอียด
- 4.2 ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยทำการสรุปข้อมูลดังกล่าวเป็นประเด็นต่างๆ
- 4.3 การจัดเตรียมข้อมูล โดยผู้วิจัยจะทำการจัดบันทึกข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลและนำข้อมูลเหล่านั้นมาช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูล
- 4.4 ผู้วิจัยจะทำข้อสรุปชั่วคราวและทำการตัดทอนข้อมูล โดยการนำข้อสรุปชั่วคราวนั้นจะเป็นการลดขนาดข้อมูลและช่วยกำจัดข้อมูลที่ไม่จำเป็นออกไป
- 4.5 การเสนอข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์และการนำเสนอ ผู้วิจัยจะนำข้อสรุปย่อยมาเชื่อมโยงกันเพื่อทำการหาข้อสรุปและตอบปัญหาการวิจัยโดยการแบ่งประเภทของข้อมูลจากการสัมภาษณ์
- 4.6 การประมวลผลและสรุปข้อเท็จจริง ผู้วิจัยจะทำการระบุนความสัมพันธ์ของเหตุการณ์ การเชื่อมโยงแนวคิด และทฤษฎีกับสิ่งที่ค้นพบเพื่อทำการประมวลและสรุปข้อเท็จจริงในการวิจัยต่อไป

5. การทดสอบเครื่องมือการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นจะมีความสัมพันธ์และสอดคล้องกับกรอบแนวคิดการวิจัยผู้วิจัยทำการตรวจสอบแบบสัมภาษณ์โดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิทำการตรวจสอบแบบสัมภาษณ์เพื่อความถูกต้องแม่นยำของเนื้อหา

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจสถานีตำรวจนครบาลประชาชื่น กองบัญชาการตำรวจนครบาล และเจ้าหน้าที่กู้ภัย ในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลประชาชื่น กองบัญชาการตำรวจนครบาล โดยผู้วิจัยจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วนได้แก่

1. บทบาทการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจและเจ้าหน้าที่กู้ภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน

การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจมีการร่วมคิด วิเคราะห์ หาสาเหตุ รวมถึงแนวทางในการแก้ไขและป้องกันการเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน นำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลในรูปแบบข้อมูลเชิงปริมาณ เช่น จำนวนครั้งของการเกิดอุบัติเหตุ เป็นต้น และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ในรูปแบบของข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น สาเหตุของการเกิดอุบัติเหตุ ลักษณะของการเกิดอุบัติเหตุ ความรุนแรงของการเกิดอุบัติเหตุ และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับการเกิดอุบัติเหตุ เป็นต้น และทำการแก้ไขและป้องกันการเกิดอุบัติเหตุ

เจ้าหน้าที่หน่วยกู้ภัย ได้มีการเข้าร่วมประชุมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการอบรมโดยการเตรียมความพร้อมของบุคลากร อุปกรณ์ ยานพาหนะ หน่วยกู้ภัยได้เข้าร่วมซ้อมแผนเผชิญอุบัติเหตุ และการป้องกันและบรรเทาภัยพิบัติเป็นประจำทุกปี ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ตามแผนป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนน และจัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานประจำวัน เพื่อบันทึกเป็นข้อมูลรวมถึงนำข้อมูลอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นมาประชาสัมพันธ์ทางสื่อโซเชียลมีเดีย เพื่อให้ประชาชนทั่วไปได้รับทราบถึงการดำเนินการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่กู้ภัยและเพื่อให้เป็นอุทาหรณ์แก่ประชาชนทั่วไปในความตระหนักถึงความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นจากการเกิดอุบัติเหตุ

2. สมรรถนะการปฏิบัติงานเจ้าหน้าที่ตำรวจสถานีตำรวจนครบาลประชาชื่น และเจ้าหน้าที่กู้ภัย ในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลประชาชื่น กองบัญชาการตำรวจนครบาล

ด้านสมรรถนะในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจจะมีความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานด้านการตรวจสอบพยานหลักฐาน การตรวจสอบร่องรอยการชนหรือการเบรก ในพื้นที่เกิดอุบัติเหตุ และการดำเนินคดีของการเกิดอุบัติเหตุรวมถึง

ค่าเสียหายและค่าปรับต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นอำนาจหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ตำรวจโดยตรง และสถานีตำรวจนครบาลประชาชื่นโดยงานจราจรของสถานีตำรวจได้ทำการจัดอบรมด้านกฎหมายและคดีความให้แก่เจ้าหน้าที่ตำรวจจราจรที่ออกปฏิบัติงานรวมถึงมีการจัดอุปกรณ์ที่จำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ตำรวจเมื่อเกิดอุบัติเหตุขึ้นรวมทั้งการตรวจสอบอุปกรณ์ต่างๆ ให้มีความพร้อมต่อการใช้งานอยู่เสมอในบางครั้งอุปกรณ์อาจจะไม่เพียงพอซึ่งทางสถานีตำรวจนครบาลประชาชื่นได้ประสานงานกับหน่วยกู้ภัยในพื้นที่ในการขอสนับสนุนเพิ่มเติม

สมรรถนะการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่กู้ภัยที่ปฏิบัติงานในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลประชาชื่นเจ้าหน้าที่กู้ภัยมีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี โดยผู้ปฏิบัติงานทุกคนจะผ่านการอบรมการปฐมพยาบาลเบื้องต้นรวมถึงการเคลื่อนย้ายผู้ได้รับบาดเจ็บจากการเกิดอุบัติเหตุ จากหน่วยงานภาครัฐ อาทิ ศูนย์กู้ชีพบนถนนโรงพยาบาลราชวิถี ศูนย์กู้ชีพวชิรพยาบาล เป็นต้น โดยเมื่อเกิดอุบัติเหตุขึ้นเจ้าหน้าที่หน่วยกู้ภัยสามารถปฏิบัติงานได้อย่างเป็นระบบในด้านการติดต่อประสานงาน และมีความคล่องแคล่วในการเดินทางไปตรวจสอบอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นตามที่ได้รับแจ้งจากสถานีตำรวจหรือศูนย์สั่งการการแพทย์ฉุกเฉินในพื้นที่ โดนการช่วยเหลือเจ้าหน้าที่ตำรวจด้านการจราจรโดยจัดกำลังบางส่วนในการอำนวยความสะดวกที่เกิดเหตุรวมถึงการเคลื่อนย้ายรถคันเกิดอุบัติเหตุไปสถานที่เก็บของกลางของเจ้าหน้าที่ตำรวจ ซึ่งอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานหลักในการประสานงานระหว่างเจ้าหน้าที่กู้ภัยและเจ้าหน้าที่ตำรวจคือวิทยุสื่อสาร ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้ข้อมูลว่าการใช้วิทยุสื่อสารนั้นจะเป็นการประสานงานที่รวดเร็ว คล่องแคล่ว ทันทีทันใด โดยเมื่อได้รับแจ้งเหตุเจ้าหน้าที่จะได้ยินพร้อมกันทุกคนโดยเจ้าหน้าที่ที่อยู่ใกล้กับที่เกิดอุบัติเหตุก็จะตอบรับเพื่อไปตรวจสอบอุบัติเหตุได้ทันที ซึ่งแตกต่างจากการใช้โทรศัพท์ซึ่งจะต้องโทรหาทีละคนจึงส่งข่าวได้ช้า

3. ข้อจำกัด ในการปฏิบัติงานร่วมกันของเจ้าหน้าที่ตำรวจสถานีตำรวจนครบาลประชาชื่น และเจ้าหน้าที่กู้ภัย

ข้อจำกัดในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจถือว่าเป็นปัญหาที่มีความสำคัญ เนื่องจากเจ้าหน้าที่ตำรวจยังมองว่าการช่วยเหลือผู้ได้รับบาดเจ็บ เช่น การปฐมพยาบาลและการเคลื่อนย้ายผู้ได้รับบาดเจ็บเป็นหน้าที่ของหน่วยกู้ภัยเป็นหลัก ซึ่งเจ้าหน้าที่ส่วนมากไม่คิดว่าเป็นความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ตำรวจซึ่งแสดงให้เห็นว่าบุคลากรของเจ้าหน้าที่ตำรวจยังมีการแบ่งหน้าที่กันทำอย่างชัดเจนระหว่างหน่วยงาน ซึ่งจริงๆ แล้วเจ้าหน้าที่ตำรวจควรจะมีความรู้เบื้องต้นในการปฐมพยาบาลผู้ได้รับบาดเจ็บจากการเกิดอุบัติเหตุเพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้ได้รับบาดเจ็บเบื้องต้นซึ่งจะเป็นการลดความเสี่ยงจากการเสียชีวิตหรือพิการของผู้ได้รับบาดเจ็บได้ ในส่วนของวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่เจ้าหน้าที่ตำรวจใช้ในการปฏิบัติงานซึ่งในปัจจุบันก็ยังไม่เพียงพอต่อการปฏิบัติงานโดยหากเกิดอุบัติเหตุที่มีผู้เสียชีวิตและเป็นผู้บาดเจ็บในเวลากลางคืนเจ้าหน้าที่ตำรวจจะต้องใช้อุปกรณ์ส่องแสงสว่างซึ่งจะต้องขอสนับสนุนจากหน่วยกู้ภัยในพื้นที่หรือการร้องขออุปกรณ์อื่นๆ เช่น กรวยจราจร เป็นต้น การติดต่อสื่อสารระหว่างเจ้าหน้าที่ตำรวจและหน่วยกู้ภัยก็ยังมีปัญหาเล็กน้อยโดยการสื่อสารทางวิทยุสื่อสารบางครั้งไม่สามารถติดต่อกันได้เนื่องจากสัญญาณขาดหายซึ่งอาจจะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาในส่วนของอุปกรณ์วิทยุสื่อสารที่ใช้งานของเจ้าหน้าที่ตำรวจแต่ทางเจ้าหน้าที่ตำรวจก็ได้ประสานงานกับหน่วยกู้ภัยในพื้นที่ซึ่งมีศักยภาพ ด้านอุปกรณ์วิทยุสื่อสารมากกว่าเป็นสถานีในการถ่ายทอดสัญญาณให้กับทางเจ้าหน้าที่ตำรวจ และปัญหาด้านการไม่ตรวจสอบสถานที่เกิดเหตุให้ชัดเจนก่อนที่จะแจ้งไปยังหน่วยงานอื่นก็ยังคงเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างเจ้าหน้าที่ตำรวจกับหน่วยงานอื่นๆ บางครั้งเจ้าหน้าที่ตำรวจรับแจ้งเหตุมาและได้แจ้งให้หน่วยงานอื่นตรวจสอบแต่การแจ้งสถานที่เกิดเหตุนั้นยังไม่ชัดเจนจึงอาจทำให้หน่วยงานอื่นที่ไปตรวจสอบอุบัติเหตุนั้นเสียเวลาในการเดินทางในการไปช่วยเหลือผู้ได้รับบาดเจ็บที่เกิดเหตุได้ โดยปัญหาด้านกำลังพลของเจ้าหน้าที่ตำรวจ ซึ่งยังมีกำลังพลไม่เพียงพอในการออกไปตรวจสอบอุบัติเหตุโดยบางครั้งเจ้าหน้าที่ตำรวจได้ให้เจ้าหน้าที่กู้ภัยช่วยดำเนินการเคลียร์ที่เกิดเหตุให้เพื่อแก้ไขปัญหาด้านการจราจร

ข้อจำกัดและปัญหาในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่กู้ภัยยังถือว่ามีปัญหาในการปฏิบัติงานในเรื่องของการดูแลทรัพย์สินของผู้ได้รับบาดเจ็บและผู้เสียชีวิตจากการเกิดอุบัติเหตุทางท้องถนน การถกเถียงกันของคู่กรณีที่เกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน การติดต่อประสานงานที่มีการแจ้งสถานที่เกิดเหตุจากเจ้าหน้าที่ตำรวจไม่ชัดเจนทำให้เกิดการเสียเวลาในการออกไปปฏิบัติงานเพื่อช่วยเหลือผู้ได้รับบาดเจ็บ

4. แนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างสถานีดารวจนครบาลประชาชน และหน่วยกู้ภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน ในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีดารวจนครบาลประชาชน

จากการศึกษาบทบาทในการปฏิบัติงาน สมรรถนะในการปฏิบัติงาน และข้อจำกัดในการปฏิบัติงานของทั้ง 2 หน่วยงาน ผู้วิจัยสรุปประเด็นที่เป็นอุปสรรคร่วมในการปฏิบัติงานระหว่างสถานีดารวจนครบาลประชาชนและหน่วยกู้ภัยที่ปฏิบัติงานในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีดารวจนครบาลประชาชนได้ เป็นประเด็นต่างๆ ได้แก่ อุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานไม่เพียงพอ ทรัพยากรของ ผู้ได้รับบาดเจ็บและผู้เสียชีวิตเกิดการสูญหาย การเดินทางไปปฏิบัติงานในที่เกิดเหตุล่าช้า

ประเด็นที่เป็นอุปสรรคที่แตกต่างในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจและเจ้าหน้าที่หน่วยกู้ภัยคือสถานีดารวจนครบาลประชาชน มีอุปสรรคด้านการทำลายหลักฐานในที่เกิดเหตุ การขาดแคลนกำลังพลของเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงาน ชิ้นส่วนของรถคันเกิดเหตุที่ตกหล่นในที่เกิดเหตุรวมถึงการเคลื่อนย้ายรถคันเกิดเหตุออกจากที่เกิดเหตุ ส่วนปัญหาของเจ้าหน้าที่หน่วยกู้ภัยคือด้านการรับแจ้งเหตุ การที่ประชาชนทำการเคลื่อนย้ายผู้บาดเจ็บหรือปฐมพยาบาลอย่างไม่ถูกวิธี

ความร่วมมือของหน่วยงานที่ปฏิบัติงานเมื่อเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนนโดยมากแล้วสถานีดารวจนครบาลประชาชนจะปฏิบัติงานร่วมกันกับเจ้าหน้าที่หน่วยกู้ภัยซึ่งหน่วยงานแรกที่เดินทางไปถึงที่เกิดเหตุก่อนเจ้าหน้าที่ตำรวจนั่นก็คือเจ้าหน้าที่ของหน่วยกู้ภัยซึ่งพบว่าเจ้าหน้าที่ของหน่วยกู้ภัยสามารถช่วยเจ้าหน้าที่ตำรวจปฏิบัติงานได้มาก ในเรื่องของการรักษาสภาพสถานที่เกิดเหตุ การช่วยอำนวยความสะดวกด้านการจราจร การป้องกันการเกิดอุบัติเหตุซ้ำซ้อน รวมถึงการนำผู้ได้รับบาดเจ็บและผู้เสียชีวิตจากการเกิดอุบัติเหตุไปส่งโรงพยาบาล

อภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการปฏิบัติงานร่วมกันของสถานีดารวจและหน่วยกู้ภัยขณะเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน ในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีดารวจนครบาลประชาชน กองบัญชาการตำรวจนครบาล ซึ่งมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาสมรรถนะและข้อจำกัดในการปฏิบัติงานร่วมกัน ของเจ้าหน้าที่ตำรวจและเจ้าหน้าที่กู้ภัย เมื่อเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน ในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีดารวจนครบาลประชาชน กองบัญชาการตำรวจนครบาล และเพื่อศึกษาแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันของสถานีดารวจและหน่วยกู้ภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุขึ้นในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีดารวจนครบาลประชาชน กองบัญชาการตำรวจนครบาล เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. สมรรถนะและข้อจำกัดในการปฏิบัติงานร่วมกันของเจ้าหน้าที่ตำรวจและเจ้าหน้าที่กู้ภัย เมื่อเกิดอุบัติเหตุบนท้องถนน ในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีดารวจนครบาลประชาชน กองบัญชาการตำรวจนครบาล

ด้านสมรรถนะการปฏิบัติงานเจ้าหน้าที่ตำรวจสถานีดารวจนครบาลประชาชนมีความรู้ความสามารถในด้านการตรวจสอบพยานและหลักฐาน การตรวจสอบร่องรอยการเฉี่ยวชนในที่เกิดเหตุ และการดำเนินคดีรวมถึงค่าเสียหาย ค่าปรับ ของคู่กรณีที่เกิดอุบัติเหตุ รวมถึงสถานีดารวจนครบาลประชาชนได้จัดให้มีการฝึกอบรมแก่เจ้าหน้าที่ตำรวจจราจรเป็นประจำทุกปี และมีการฝึกซ้อมแผนป้องกันอุบัติเหตุร่วมกับหน่วยงานภายนอก เจ้าหน้าที่ตำรวจถือว่ามีความสำคัญในการจัดการกับประชาชนผู้ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานขณะเกิดอุบัติเหตุทางท้องถนน เนื่องจากประชาชนส่วนใหญ่จะรับฟังและปฏิบัติตามคำแนะนำของเจ้าหน้าที่ตำรวจมากกว่าเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานอื่น จึงทำให้ประชาชนผู้ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานในที่เกิดเหตุอยู่ห่างและเปิดพื้นที่ให้กับเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานในที่เกิดเหตุสามารถปฏิบัติงานได้อย่างปลอดภัย คล่องตัว มากยิ่งขึ้น เจ้าหน้าที่หน่วยกู้ภัยมีศักยภาพในการปฏิบัติงานซึ่งมีความรวดเร็ว คล่องแคล่ว ในการเดินทางไปยังที่เกิดอุบัติเหตุ ตามที่ได้รับประสานงานจากสถานีดารวจ หรือประชาชนทั่วไปก็ตาม เนื่องจากเจ้าหน้าที่กู้ภัยได้ประจำจุดต่างๆ ในพื้นที่รับผิดชอบ และมีกำลังคนมากกว่าเจ้าหน้าที่ตำรวจ จึงทำให้ไปถึงที่เกิดเหตุได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งเจ้าหน้าที่กู้ภัยก็ยังมีความรู้ ความสามารถ ในการเคลื่อนย้ายผู้ได้รับบาดเจ็บและการปฐมพยาบาลเบื้องต้นเพื่อจะนำผู้ได้รับบาดเจ็บไปส่งที่โรงพยาบาลอย่างถูกต้อง ปลอดภัย และรวดเร็ว

ด้านข้อจำกัดในการปฏิบัติหน้าที่ ผู้วิจัยพบว่าสถานีดารวจนครบาลประชาชนและหน่วยกู้ภัยในพื้นที่มีข้อจำกัดในการปฏิบัติงาน ซึ่งมีประเด็นที่เหมือนกันในด้านการอุปสรรค ที่ใช้ในการปฏิบัติงานไม่เพียงพอ และไม่มีประสิทธิภาพ ปัญหาด้านทรัพยากรผู้ได้รับบาดเจ็บสูญหาย การเดินทางไปยังที่เกิดเหตุล่าช้า โดยข้อจำกัดในการปฏิบัติงานของสถานีดารวจนครบาลประชาชน คือ ทิศนคติทางลบของประชาชนที่มีต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจ การทำลายยานหลักฐานในที่เกิดเหตุของหน่วยกู้ภัยและประชาชน กำลังพลของเจ้าหน้าที่ตำรวจไม่เพียงพอในการปฏิบัติงาน การเก็บชิ้นส่วนของรถยนต์บนผิวการจราจรหลังจากเกิดอุบัติเหตุ และข้อจำกัดของเจ้าหน้าที่กู้ภัยที่ปฏิบัติงานในเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีดารวจนครบาลประชาชน คือ งบประมาณไม่เพียงพอในการซื้ออุปกรณ์ที่จะนำมาใช้ในการปฏิบัติงาน การเคลื่อนย้ายผู้ได้รับบาดเจ็บหรือการปฐมพยาบาลที่ไม่ถูกต้องก่อนที่เจ้าหน้าที่กู้ภัยจะมาถึงที่เกิดเหตุ ปัญหาประชาชนที่ไม่มีส่วนเกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่เข้ามากีดขวางการทำงานของเจ้าหน้าที่

จากข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยสรุปได้ว่า หน่วยกู้ภัยประสบปัญหาด้านข้อจำกัดเงินงบประมาณเด่นชัดที่สุด เนื่องจากหน่วยงานกู้ภัยโดยมากจะมีข้อห้ามที่ชัดเจนในการห้ามเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานกู้ภัยออกไปเรียกรับเงินบริจาคกับประชาชน และเจ้าหน้าที่กู้ภัยที่เป็นอาสาสมัครปฏิบัติงานโดยไม่มีเงินค่าตอบแทน ในลักษณะเงินเดือน จะได้เพียงแค่ค่าตอบแทนในการนำผู้บาดเจ็บไปส่งโรงพยาบาลเป็นรายกรณี ซึ่งบางโรงพยาบาลก็ไม่ได้ให้ค่าตอบแทนดังกล่าว ปัญหาด้านงบประมาณเป็นผลให้ขาดแคลนอุปกรณ์ที่ใช้ในการปฏิบัติงานของหน่วยกู้ภัย โดยผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมิตรา เชื้อนแก้ว (2552) ศึกษาเรื่องปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครในการช่วยเหลืออุบัติเหตุจราจรในชุมชน อำเภอแม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่าอาสาสมัครกู้ชีพมีอุปสรรคในการช่วยเหลือพื้นฐานไม่เพียงพอเนื่องจากอาสาสมัครไม่ได้รับการสนับสนุนเงินงบประมาณในการปฏิบัติงานช่วยเหลือผู้ได้รับบาดเจ็บจากอุบัติเหตุจราจร

ผลการวิจัยยังพบข้อจำกัดของสถานีดารวจนครบาลประชาชนในด้านกำลังพลเจ้าหน้าที่ในการปฏิบัติงานยังไม่เพียงพอ สอดคล้องกับงานวิจัยของอรุณรัตน์ ชัยวิริยะโชติ (2546) ซึ่งทำการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการป้องกันอุบัติเหตุจราจรบนท้องถนนในช่วงเทศกาล ผลการวิจัยพบว่าปัญหาและอุปสรรคในการป้องกันการเกิดอุบัติเหตุจราจรในช่วงเทศกาลคือปัญหาด้านกำลังพลของเจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานไม่เพียงพอทำให้ขาดความต่อเนื่องในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่

2. แนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันของสถานีดารวจและหน่วยกู้ภัยเมื่อเกิดอุบัติเหตุขึ้นในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีดารวจนครบาลประชาชน กองบัญชาการตำรวจนครบาล จากสมรรถนะและข้อจำกัดในการปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างสถานีดารวจนครบาลประชาชนและหน่วยกู้ภัยในพื้นที่ที่ปฏิบัติงานในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีดารวจนครบาลประชาชน ผู้วิจัยได้ศึกษาประเด็นปัญหาต่างๆ เพื่อหาแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกัน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ซึ่งพบประเด็นสำคัญ และแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกันดังนี้

2.1 การทำลายหลักฐานในที่เกิดเหตุ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการดำเนินคดีทางกฎหมายโดยพบแนวทางแก้ไขปัญหาคือ หน่วยงานประชาสัมพันธ์และตำรวจชุมชนสัมพันธ์ทำการประชาสัมพันธ์แจ้งให้ประชาชนรับรู้และตระหนักในเรื่องดังกล่าวโดยทำป้ายไว้นิลติดประชาสัมพันธ์หรือเข้าไปยังสถานที่สำคัญในชุมชนต่างๆ

เนื่องจากเจ้าหน้าที่กู้ภัยจะเป็นหน่วยงานลำดับต้นๆ ในการเข้าถึงที่เกิดเหตุเจ้าหน้าที่กู้ภัยอาจจะจัดกำลังบางส่วนทำการถ่ายภาพหรือถ่ายวิดีโอในที่เกิดเหตุเพื่อเป็นหลักฐานให้กับเจ้าหน้าที่ตำรวจเมื่อเจ้าหน้าที่ตำรวจมาถึงที่เกิดเหตุ

2.2 ทำการเคลื่อนย้ายผู้ได้รับบาดเจ็บหรือปฐมพยาบาลอย่างไม่ถูกวิธี ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อแนวโน้มการเสียชีวิตของผู้ได้รับบาดเจ็บมากยิ่งขึ้น แนวทางในการแก้ไขปัญหาดังกล่าวเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานทั้ง 2 หน่วยงานจะต้องสร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายหรือปฐมพยาบาลผู้ได้รับบาดเจ็บในเบื้องต้นก่อน และสร้างความรู้ความเข้าใจให้แก่ประชาชนโดยทำเป็นโครงการให้ความรู้แก่ประชาชนร่วมกับผู้นำชุมชนในการประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ประชาชนเข้ารับการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการปฐมพยาบาลและเคลื่อนย้ายผู้ได้รับบาดเจ็บอย่างถูกวิธี ในส่วนของการรณรงค์ผ่านสื่อโทรทัศน์ต่างๆ หรือสื่อโซเชียลมีเดียในปัจจุบันสถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติซึ่งเป็นหน่วยงานรับผิดชอบได้มีการจัดทำสื่อดังกล่าวแล้วแต่การประชาสัมพันธ์ด้านการรณรงค์ให้ประชาชนทั่วไปรับรู้ยังไม่มีประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง ซึ่งหากทำการรณรงค์ผ่านสื่อโทรทัศน์ก็จะมีค่าใช้จ่ายที่

ค่อนข้างสูง ดังนั้นในเบื้องต้นอาจจะทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียก่อนเนื่องจากในปัจจุบันประชาชนทั่วไปได้เข้าถึงโซเชียลมีเดียอย่างง่ายดายมากกว่าสมัยก่อน

การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างสถานีตำรวจนครบาลประจักษ์และหน่วยงานกู้ภัยที่ปฏิบัติงานในพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจนครบาลประจักษ์ โดยเมื่อเกิดอุบัติเหตุบนถนนตามขั้นตอนการมีส่วนร่วมของโคเฮน คือการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจดำเนินงานจากทั้ง 2 หน่วยงาน โดยการมีส่วนร่วมในการประชุมวางแผนการบรรเทาสาธารณภัยในพื้นที่ โดยการมีส่วนร่วมนั้นเริ่มจากการประชุมหารือรวมถึงแนวทางการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการทำงาน แล้วต่อมาคือการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ เมื่อมีการประชุมหารือกันแล้วจะทำการซักซ้อมการปฏิบัติการตามแผน ซึ่งผู้วิจัยพบว่าไม่มีการมีส่วนร่วมในขั้นตอนที่ 3 และขั้นตอนที่ 4 ตามทฤษฎีของโคเฮน คือไม่มีการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์และไม่มีการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

ซึ่งการมีส่วนร่วมที่หน่วยงานทั้ง 2 หน่วยงานนั้นยังขาดอยู่นั้นก็คือการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ตามที่คณะกรรมการกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองแห่งชาติ สังกัดสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและมหาดไทย ได้สรุปว่าการมีส่วนร่วมคือการที่ประชาชน ชุมชน หรือกลุ่มคนเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจ การรับรู้ การกำหนดนโยบาย เพื่อพัฒนาท้องถิ่นและการรับประโยชน์จากการให้บริการของภาครัฐรวมถึงการมีส่วนร่วมในการควบคุมและประเมินผลในโครงการต่างๆ ของภาครัฐ ก็จะสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ในหลายด้าน ทั้งด้านการทำลายพยานหลักฐานโดยประชาชนหรือพลเมืองดีต่างๆ ที่เข้ามาช่วยเหลือ รวมถึงการเคลื่อนย้ายผู้ได้รับบาดเจ็บจากการปฐมพยาบาลที่ไม่ถูกต้อง ซึ่งแนวทางในการแก้ปัญหาดังกล่าวนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องสร้าง ความรู้ ความเข้าใจให้กับประชาชน โดยทำการประชาสัมพันธ์ผ่านผู้นำชุมชนหรือสถานศึกษาในพื้นที่ในการดำเนินการโครงการจัดให้ความรู้แก่ประชาชนให้มีความรู้ความเข้าใจในการรักษาสภาพที่เกิดเหตุและการเคลื่อนย้ายหรือปฐมพยาบาลผู้ได้รับบาดเจ็บอย่างถูกต้อง เนื่องจากจะทำให้เป็นการลดอัตราการสูญเสียชีวิตและบาดเจ็บสาหัสของผู้ได้รับบาดเจ็บได้

ข้อเสนอแนะ

1. หน่วยงานกู้ภัยควรได้รับการสนับสนุนงบประมาณที่ใช้ในการปฏิบัติงานจากภาครัฐ เนื่องด้วยผู้ปฏิบัติงานในหน่วยงานกู้ภัยโดยมากเป็นอาสาสมัครซึ่งไม่ได้รับค่าตอบแทนประจำและรายได้ของหน่วยงานกู้ภัยโดยมากก็มาจากการบริจาคถึงแม้จะได้รับเงินสนับสนุนจากการนำผู้บาดเจ็บส่งโรงพยาบาลก็ตามแต่ก็มีได้เป็นจำนวนเงินที่มากมาย และการปฏิบัติงานส่วนใหญ่เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานกู้ภัยได้ใช้เงินส่วนตัวในการบำรุงรักษาอุปกรณ์รวมถึงยานพาหนะที่ใช้ในการปฏิบัติงาน โดยไม่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่นแต่อย่างใด

2. สถานีตำรวจนครบาลประจักษ์ควรจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ให้แก่ประชาชนได้ทราบเกี่ยวกับการปฏิบัติงานเมื่อเกิดอุบัติเหตุ โดยมีเนื้อหาเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชนเรื่องการรักษาพยานหลักฐานในที่เกิดเหตุ เนื่องจากจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานสอบสวน

3. สถานีตำรวจนครบาลประจักษ์และหน่วยงานกู้ภัย ควรทำความเข้าใจและฝึกซ้อมรวมถึงให้ความรู้แก่เจ้าหน้าที่ตำรวจในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นและการเคลื่อนย้ายผู้ได้รับบาดเจ็บอย่างถูกต้อง และเจ้าหน้าที่ตำรวจควรให้ความรู้ความเข้าใจในการรักษาพยานหลักฐานในที่เกิดเหตุแก่เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานกู้ภัยทั้งนี้เพื่อให้การปฏิบัติงานของทั้งสองหน่วยงานมีความคล่องตัวถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพต่อไป

4. สถานีตำรวจนครบาลประจักษ์และหน่วยงานกู้ภัย ควรจัดการอบรมให้ความรู้แก่ประชาชนทั่วไป ในการเคลื่อนย้ายผู้ได้รับบาดเจ็บและการปฐมพยาบาลผู้ได้รับบาดเจ็บอย่างถูกต้อง โดยสร้างการมีส่วนร่วม ของชุมชนในพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

- เกรียงศักดิ์ คงทับทิม. (2546). การมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนในการป้องกันปัญหายาเสพติด: ศึกษาเฉพาะกรณีเขตพื้นที่รับผิดชอบของสถานีตำรวจภูธรตำบลกระต๊อบ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา สถาบันราชภัฏนครปฐม.
- ชาตรี เจริญชีวะกุล. (2555). สถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ.
- นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. (2546). การมีส่วนร่วม หลักการพื้นฐาน เทคนิคและกรณีตัวอย่าง. กรุงเทพฯ
- วิรัตน์ ปานศิลา. (2542). การถ่ายทอดทางสังคมในการทำงาน จิตลักษณะและการรับรู้เกี่ยวกับบทบาทที่สัมพันธ์กับพฤติกรรม การทำงานของบุคลากรสาธารณสุขระดับตำบลในภาคเหนือของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- สุมิตรา เชื้อนแก้ว. (2552). ปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติของอาสาสมัครในการช่วยเหลืออุบัติเหตุจราจรในชุมชน อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการพยาบาลชุมชน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- อรุณรัตน์ ชัยวิริยโชติ. (2546). แนวทางการป้องกันอุบัติเหตุจราจรบนท้องถนนในช่วงเทศกาล. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
- อมรัตน์ เรืองสกุลพัฒนา. (2551). หลักการสารสนเทศ. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: บริษัทเรืองแสงการพิมพ์.
- Cohen, J. M. and Uphoff, N. T. *Rural Development Participation: Concept and Measures for Project Design Implementation and Evaluation*. Rural Development Committee Center for International Studies, Cornell University, 1981.



วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (MPA)

เปิดรับสมัครนักศึกษา...

สำหรับ... บุคลากรภาครัฐที่ต้องการปรับวุฒิการศึกษา
บุคคลทั่วไปที่ต้องการเป็นข้าราชการ และข้าราชการส่วนท้องถิ่น
บุคลากรภาคเอกชนที่ต้องการเรียนรู้ด้านการบริหาร

เนื้อหาทันสมัย สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน และนำไปใช้ปฏิบัติได้จริง
เรียนรู้กับคณาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณภาพและมากประสบการณ์
หลักสูตรได้รับการรับรองจาก สกอ.
มหาวิทยาลัยของรัฐ

จบตามระยะเวลา 1 ปีครึ่ง

สมัครเลยที่ >>> <https://www.rcim.in.th> 092-442-8000



รูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ในยุคประเทศไทย 4.0

Human resource development model of Rajamangala University of Technology Rattanakosin in the era of Thailand 4.0

สุริวัลย์ เงินพูลทรัพย์¹ และรัชยา ภักดีจิตร²

Sureewan Ngernpoolsab and Ratchaya Pakdej

¹ นักศึกษาปริญญาโท หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

² อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

E-mail: ng_noei@hotmail.com, rachaya_pa@yahoo.co.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อสังเคราะห์สมรรถนะของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 (2) เพื่อประเมินสมรรถนะของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 และ (3) เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 วิธีดำเนินการวิจัย ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม โดยการวิจัยเอกสารด้วยวิธีการสังเคราะห์สมรรถนะของบุคลากรมหาวิทยาลัย การวิจัยเชิงปริมาณ โดยวิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง 287 คน การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อสร้างรูปแบบจำลองการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัย โดยมีกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 8 คน และการยืนยันรูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัย โดยผู้บริหารระดับสูง และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 6 คน เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0

ผลการวิจัย พบว่า 1) สมรรถนะในการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 ประกอบด้วย 12 ด้าน 2) การประเมินสมรรถนะของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 โดยรวมในสมรรถนะ 12 ด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก 3) รูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 โดยการยืนยันรูปแบบการพัฒนาบุคลากร ใน 4 ประเด็น คือ (1) ในระดับความสำคัญ (2) ในระดับความเหมาะสม (3) ในระดับความเป็นไปได้ และ (4) ในระดับการนำไปใช้ประโยชน์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีระดับความสำคัญและการนำไปใช้ประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด สามารถนำรูปแบบไปใช้ประโยชน์ได้ โดยเน้นที่การพัฒนาสมรรถนะให้ครอบคลุม ทั้ง 12 ด้าน

คำสำคัญ: รูปแบบการพัฒนาบุคลากร สมรรถนะ ประเทศไทย 4.0

Abstract

This research objectives are 1) to synthesize personnel competency of Rajamangala University of Technology Rattanakosin in the era of Thailand 4.0 2) to evaluate the competency of Rajamangala University of Technology Rattanakosin's personnel in the era of Thailand 4.0 and 3) to propose the human resource development model of Rajamangala University of Technology Rattanakosin's personnel in the era of Thailand 4.0. This mixed-methods research comprised with document research to synthesize the university personnel competency and quantitative research with questionnaire to evaluate competency of 287 university personnel as the research sample. Qualitative research with in-depth interviews of 8 key informants was used to create the human resource development model. The confirmation of the model was done by the university senior management officer and experts including 6 persons.

The research results were found that 1) The personnel competencies of Rajamangala University of Technology Rattanakosin in the era of Thailand 4.0 consists of 12 aspects. 2) The overall results of evaluation of the university's personnel based on the synthesized competencies were at a high level. 3) The evaluation topics of the model for model confirmation comprises of four topics: (1) at the priority level, (2) at the suitability level, (3) at the feasibility level, and (4) at the level of utilization. The results found that all 4 topics were rated at the highest level. The priority level and utilization level were rated highest among 4 topics. To utilize 12 competency aspects to thoroughly develop university personnel are suggested.

Keywords: Personnel development model, Competency, Thailand 4.0

บทนำ

ในศตวรรษที่ 21 (ระหว่าง ค.ศ. 2001-2100) ได้เกิดการเปลี่ยนแปลง และส่งผลกระทบต่อประชากรโลก อาทิ ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม การเข้าสู่สังคมสูงวัย การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่รวดเร็ว ทำให้องค์กร ทั้งภาครัฐและเอกชนต่างได้รับผลกระทบ จึงต้องมีการปรับเปลี่ยน เพื่อให้อยู่รอดและมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ดังกล่าว (ชัยยนต์ เพาพาน, 2559) ซึ่งได้มีการกำหนดโมเดลเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ในศตวรรษที่ 21 ให้กับประเทศของตนเอง ปัจจุบันสำคัญดังกล่าว จึงได้นำไปสู่นโยบายประเทศไทย 4.0 และได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2575) ของรัฐบาลปัจจุบันในศตวรรษที่ 21 กลายเป็นโลกยุคใหม่ที่จะนำไปสู่ประเทศไทย 4.0 เพื่อช่วยการปฏิรูปประเทศให้มีความก้าวหน้า โดยร่วมกันพัฒนาในทุกด้าน ตั้งแต่ในยุค 1.0 ซึ่งเน้นเกษตรกรรมยุค 2.0 ที่ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมเบา และ ยุค 3.0 ที่อุตสาหกรรมมีความซับซ้อนมากขึ้น พร้อมทั้งเน้นการนำเข้า การส่งออกและการลงทุน จนกระทั่งมาถึง ยุค 4.0 ในปัจจุบันที่เน้นนวัตกรรม ทุกองค์กรจะไปถึงเป้าหมายประเทศไทย 4.0 ได้จะต้องอาศัย การเปลี่ยนแปลงแบบองค์รวมขององค์กร ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนร่วมกัน ให้มีการเปลี่ยนแปลงสู่การดำเนินงานแบบดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบด้วยการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาสนับสนุนการปฏิบัติงานของบุคลากรในหน่วยงานบุคลากรในองค์กรจึงต้องมีการปรับตัว ทั้งด้านความรู้ ทักษะ และสมรรถนะในการทำงาน เพื่อให้องค์กรสามารถรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ของเทคโนโลยีดิจิทัล ดังนั้น การพัฒนาบุคลากรของหน่วยงานแบบบูรณาการ จึงมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง จำเป็นต้องมุ่งเน้นการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากร เพื่อให้เกิดความรู้พื้นฐานทางเครื่องมือดิจิทัลและการสื่อสาร ทักษะการแก้ปัญหา รวมถึงการนำแนวความคิดและนวัตกรรมใหม่ๆ ให้มีความเชื่อมโยงทักษะ การทำงานด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลาย ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงระบบวิธีการทำงานร่วมกันของบุคลากร วิธีการสร้างทีมงาน และวิธีการสร้างแรงจูงใจเพื่อพัฒนาบุคลากรให้เป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณค่าและมีคุณภาพ โดยในส่วนของสถาบันอุดมศึกษาทุกสถาบันต้องร่วมกันผลักดัน และสร้างคนให้เป็นผู้นำแห่งการเปลี่ยนแปลงและสร้างคนดี มีคุณธรรมอันจะนำไปสู่องค์กรที่มีจริยธรรมได้ ซึ่งนโยบายต่างๆ ของรัฐบาลส่วนมากจะเกี่ยวข้องกับการศึกษา เพราะการศึกษาจะเชื่อมโยงกับการสร้างคน สร้างหลักคิด สร้างชาติ รวมทั้งสร้างคนให้อยู่ร่วมกับสังคม มีทักษะในการทำงาน ทั้งนี้ สถาบันอุดมศึกษา ต้องเชื่อมโยงกับทุกระดับการศึกษาให้ได้เพื่อร่วมกันผลิตกำลังคนให้ตรงกับความต้องการของประเทศ (สำนักงานเลขาธิการรัฐมนตรี, 2560)

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ เป็นสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาที่จัดการศึกษาด้านวิชาการและวิชาชีพหลากหลายสาขาวิชา ที่มุ่งผลิตบัณฑิตให้ออกไปรับใช้สังคมได้อย่างเป็นสุข โดยการบริหารองค์กรบุคลากรเป็นปัจจัยที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ และเป็นหนึ่งในปัจจัยทางด้านการบริหารมหาวิทยาลัย เพราะบุคลากรจะเป็นผู้ผลักดันให้มหาวิทยาลัยสามารถดำเนินการกิจการในด้านต่างๆ ไปสู่จุดมุ่งหมายและประสบความสำเร็จได้ การพัฒนาสมรรถนะความสามารถของบุคลากรในการปฏิบัติงานควรพัฒนาในด้านความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skill) ลักษณะเฉพาะตัว (Attribute) และแรงจูงใจ (Motive) ประกอบกัน ที่จะทำให้อุทยานสามารถปฏิบัติงานหรือกิจกรรมต่างๆ ตามภาระหน้าที่และความรับผิดชอบที่เกิดผลสำเร็จและบรรลุเป้าหมายตามที่ได้อ้างไว้ (กรกต ขาวสะอาด, 2559)

ดังนั้น การเสนอรูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 สามารถนำไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัย ให้ก้าวสู่ความเป็นเลิศในสถานะของการเป็น

สถาบันอุดมศึกษาของรัฐที่มีบทบาทและหน้าที่ในการจัดการศึกษาพร้อมทั้งสร้างสรรค์สร้างงานวิจัยและภารกิจในด้านการบริการสังคม สอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาประเทศสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสังเคราะห์สมรรถนะของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในยุคระยะประเทศไทย 4.0
2. เพื่อประเมินสมรรถนะของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในยุคระยะประเทศไทย 4.0
3. เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในยุคระยะประเทศไทย 4.0

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสม โดยการวิจัยเอกสาร ด้วยการสังเคราะห์สมรรถนะของบุคลากรมหาวิทยาลัย การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการสำรวจด้วยแบบสอบถาม การวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นสำคัญ ในประเด็นที่เกี่ยวกับกรอบแนวคิดในการวิจัย

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้กำหนดประชากร กลุ่มตัวอย่างและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจ ได้แก่ บุคลากรทั้ง 4 พื้นที่ จำนวน 1,126 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 11 พฤษภาคม 2563)

กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการสำรวจข้อมูล ด้วยการใช้แบบสอบถาม ผู้วิจัยได้คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่าง สามารถคำนวณหาขนาดตัวอย่างได้ จำนวน 287 คน โดยเปิดตารางเครชีและเมอร์แกน หลังจากนั้นทำการสุ่มแบบบังเอิญ จากบุคลากรในแต่ละพื้นที่

การวิจัยเชิงคุณภาพ

ในการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยกลุ่มเป้าหมายที่ให้ข้อมูลผู้ให้ข้อมูลสำคัญในครั้งนี้ จากการเลือกแบบเจาะจง โดยแบ่งตามขั้นตอนการวิจัย 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสังเคราะห์สมรรถนะของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในยุคระยะประเทศไทย 4.0 ด้วยวิธีการวิจัยเอกสารเบื้องต้น โดยได้ศึกษาจากกระบวนการ ระเบียบและกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหา

ขั้นตอนที่ 2 การประเมินสมรรถนะบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในยุคระยะประเทศไทย 4.0 เพื่อสร้างรูปแบบจำลองโครงสร้างเพื่ออธิบายองค์ประกอบต่างๆ ในการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในยุคระยะประเทศไทย 4.0 ใน 12 ด้าน โดยมีกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 8 คน

ขั้นตอนที่ 3 การสร้างรูปแบบจำลองโครงสร้างการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในยุคระยะประเทศไทย 4.0 ที่สร้างขึ้น เพื่อนำเสนอให้ผู้บริหารมหาวิทยาลัยและผู้ทรงคุณวุฒิ ยืนยันรูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในยุคระยะประเทศไทย 4.0 ต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 การยืนยันรูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในยุคระยะประเทศไทย 4.0 โดยมีกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 6 คน โดยให้ยืนยันรูปแบบการพัฒนาบุคลากรฯ ใน 4 ประเด็น คือ 1) ในระดับความสำคัญ 2) ในระดับความเหมาะสม 3) ในระดับความเป็นไปได้ และ 4) ในระดับการนำไปใช้ประโยชน์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งเครื่องมือการวิจัยออกเป็น 4 ชุด ดังนี้

ชุดที่ 1 แบบบันทึกการสังเคราะห์เอกสาร ด้วยวิธีการสังเคราะห์สมรรถนะของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 ด้วยวิธีการวิจัยเอกสาร

ชุดที่ 2 แบบสอบถาม เป็นการศึกษาเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจเพื่อประเมินสมรรถนะของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 โดยใช้แบบสอบถาม สำหรับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 287 คน

ชุดที่ 3 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยใช้แบบสัมภาษณ์ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ข้อมูลเกี่ยวกับสมรรถนะและรูปแบบการพัฒนาศักยภาพ เพื่อสร้างรูปแบบจำลองโครงสร้างเพื่ออธิบายองค์ประกอบต่างๆ ในการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรในยุคประเทศไทย 4.0 ใน 12 ด้าน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นสำคัญ จำนวน 8 คน

ชุดที่ 4 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อทำการยืนยันรูปแบบ การพัฒนาศักยภาพของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 เป็นแบบสัมภาษณ์ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกใน 4 ประเด็น คือ 1) ในระดับความสำคัญ 2) ในระดับความเหมาะสม 3) ในระดับความเป็นไปได้ และ 4) ในระดับการนำไปใช้ประโยชน์ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเป็นสำคัญ จำนวน 6 คน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบความเที่ยงตรงของเครื่องมือ ได้มีการดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง และความถูกต้องของภาษา ได้ออกแบบเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามที่ประกอบด้วยข้อคำถามเพื่อให้สอดคล้องกับ วัตถุประสงค์ของการวิจัย ขอบเขตการวิจัยรวมถึงกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ชุดที่ 1 การแบบบันทึกการสังเคราะห์เอกสาร ได้ตรวจสอบหาความถูกต้องเนื้อหาของแบบบันทึกการสังเคราะห์เอกสาร และแบบสัมภาษณ์ โดยผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง

ชุดที่ 2 แบบสอบถาม เพื่อประเมินสมรรถนะใน 12 ด้าน สำหรับบุคลากรสายวิชาการและสายสนับสนุน จำนวน 287 คน นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพ จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม หรือค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือเนื้อหา และตรวจสอบความครอบคลุมของข้อคำถามการวิจัยและตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถาม นำแบบสอบถามไปทดลอง กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือโดยหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) และความเที่ยงตรงโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาตามวิธีของครอนบาค ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ที่ .936

ชุดที่ 3 แบบสัมภาษณ์ กึ่งโครงสร้าง การสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการประเมินสมรรถนะบุคลากรของมหาวิทยาลัย เพื่อสร้างรูปแบบจำลองโครงสร้างการพัฒนาศักยภาพของมหาวิทยาลัย ใน 12 ด้าน โดยมีกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 8 คน ผู้วิจัยตรวจสอบหาความถูกต้องของเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์โดยผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง

ชุดที่ 4 แบบสัมภาษณ์ กึ่งโครงสร้าง สำหรับการสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยืนยันรูปแบบการพัฒนาศักยภาพของมหาวิทยาลัย โดยมีกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 6 คน ผู้วิจัยตรวจสอบหาความถูกต้องของเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์ โดยผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง โดยให้ยืนยันรูปแบบการพัฒนาศักยภาพใน 4 ประเด็น คือ 1) ในระดับความสำคัญ 2) ในระดับความเหมาะสม 3) ในระดับความเป็นไปได้ และ 4) ในระดับการนำไปใช้ประโยชน์

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสังเคราะห์สมรรถนะของบุคลากรมหาวิทยาลัย ด้วยวิธีการวิจัยเอกสารเบื้องต้น โดยดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหา และการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อนำมาสังเคราะห์สมรรถนะของบุคลากรมหาวิทยาลัย

ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อใช้ในการหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ วิเคราะห์ระดับการประเมินสมรรถนะใน 12 ด้าน โดยรวมแต่ละด้านแต่ละข้อด้วยค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) คำถามปลายเปิด แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ใช้การหาค่าความถี่ ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การจัดกลุ่มข้อมูล การตีความ ใช้การหาค่าความถี่ การวิเคราะห์แบบเทียบเคียงหรือตีความหมาย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผลการวิจัย

1. ผลการสังเคราะห์สมรรถนะของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 ได้จากวิธีการตามขั้นตอน ดังนี้

1.1 จากการสังเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สรุปสาระสำคัญจากการศึกษา การวิเคราะห์และการสังเคราะห์หลักการ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะและรูปแบบการพัฒนาบุคลากรมีสมรรถนะ 12 ด้าน โดยข้อที่ 1-6 เป็นสมรรถนะหลักของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, 2556, หน้า 10) คือ 1) ความรู้เกี่ยวกับภารกิจของมหาวิทยาลัย 2) การส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ 3) คุณธรรมและจริยธรรม 4) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ 5) จิตบริการ 6) การทำงานเป็นทีม และข้อที่ 7-12 เป็นสมรรถนะตามยุคประเทศไทย 4.0 คือ 7) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรม 8) ทักษะชีวิตและอาชีพ 9) ทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัลและการสื่อสาร 10) ทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ 11) ทักษะการแก้ไขปัญหา และ 12) แรงจูงใจในการทำงาน

1.2 จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับ การประเมินสมรรถนะบุคลากรของมหาวิทยาลัยเพื่อร่างตัวแบบสมรรถนะบุคลากรของมหาวิทยาลัย โดยมีกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 8 คน ผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนมีความคิดเห็นว่า ไม่มีข้อเสนอแนะสมรรถนะอื่นนอกเหนือ 12 สมรรถนะดังกล่าวข้างต้น โดยเฉพาะในข้อที่ 1-5 ซึ่งเป็นสมรรถนะของมหาวิทยาลัยที่ได้มาจากการสรรหาและการคัดเลือกที่มาจาก การประชุมและความต้องการของผู้บริหารที่ต้องการประเมินสมรรถนะในด้านต่าง ๆ ของบุคลากรมหาวิทยาลัย ซึ่งแต่ละสมรรถนะมีความสำคัญ จึงต้องการให้คงเดิมไว้ ส่วนของสมรรถนะในยุคประเทศไทย 4.0 มีความน่าสนใจและมีความสำคัญไม่แตกต่างกัน แต่ผู้ให้สัมภาษณ์ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับทักษะชีวิตและอาชีพอยู่ในระดับน้อยที่สุด เนื่องจากมองว่า บุคลากรทุกคนสามารถปรับตัวกับสังคมและสภาพแวดล้อมได้เป็นอย่างดีอยู่แล้ว และทักษะการแก้ไขปัญหา เป็นทักษะที่มีอยู่ในการส่งเสริมเชี่ยวชาญในงานและอาชีพ โดยทักษะอื่นๆ มีความสำคัญมากและสมควรที่บุคลากร ควรมีในยุคประเทศไทย 4.0 ซึ่งสามารถจัดลำดับความสำคัญ ในแต่ละด้านได้ ดังนี้ คือ 1) ความรู้เกี่ยวกับภารกิจของมหาวิทยาลัย 2) การส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ 3) คุณธรรมและจริยธรรม 4) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ 5) จิตบริการ 6) การทำงานเป็นทีม 7) ทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ 8) ทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัลและ การสื่อสาร 9) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรม 10) แรงจูงใจในการทำงาน 11) ทักษะการแก้ไขปัญหา และ 12) ทักษะชีวิตและอาชีพ

2. การประเมินสมรรถนะของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 โดย

2.1 จากการประเมินสมรรถนะของบุคลากรมหาวิทยาลัย เป็นการศึกษาระดับปริมาณด้วยวิธีการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม สำหรับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 287 คน โดยรวมการประเมินสมรรถนะในการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัย ในสมรรถนะ 12 ด้าน พบว่า สมรรถนะทั้ง 12 ด้าน สามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ย ดังนี้ 1) ความรู้เกี่ยวกับภารกิจของมหาวิทยาลัย 2) คุณธรรมและจริยธรรม 3) แรงจูงใจในการทำงาน 4) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ 5) การส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ

6) จิตบริการ 7) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรม 8) การทำงานเป็นทีม 9) ทักษะการแก้ไขปัญหา 10) ทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ 11) ทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัลและการสื่อสาร และ 12) ทักษะชีวิตและอาชีพ ตามลำดับ

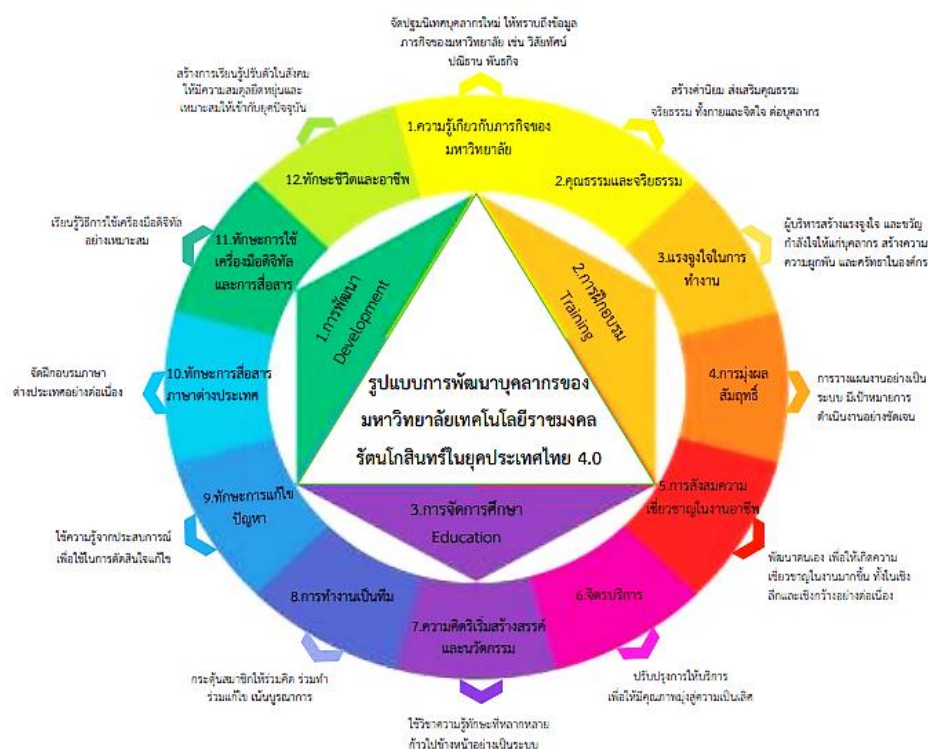
2.2 จากการสรุปตามข้อที่ (1.1) (1.2) (2.1) มีสมรรถนะ 12 ด้าน คือ 1) ความรู้เกี่ยวกับภารกิจของมหาวิทยาลัย 2) คุณธรรมและจริยธรรม 3) แรงจูงใจในการทำงาน 4) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ 5) การส่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ 6) จิตบริการ 7) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรม 8) การทำงานเป็นทีม 9) ทักษะการแก้ไขปัญหา 10) ทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ 11) ทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัลและการสื่อสาร และ 12) ทักษะชีวิตและอาชีพ ตามลำดับ

3. เสนอรูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในยุคประเทศไทย 4.0

เป็นการยืนยันรูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีในยุคประเทศไทย 4.0 โดยมีกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 6 คน โดยให้ยืนยันรูปแบบการพัฒนาบุคลากร ใน 4 ประเด็น คือ 1) ในระดับความสำคัญ 2) ในระดับความเหมาะสม 3) ในระดับความเป็นไปได้ และ 4) ในระดับการนำไปใช้ประโยชน์ ผลการยืนยันรูปแบบการพัฒนาบุคลากรใน 4 ประเด็น โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็นพบว่า ระดับความสำคัญ และระดับการนำไปใช้ประโยชน์ อยู่ในระดับดีมาก ส่วนระดับความเป็นไปได้ และระดับความเหมาะสม อยู่ในระดับดี ตามลำดับ ส่วนการยืนยันรูปแบบการพัฒนาบุคลากรใน 4 ประเด็น มีสมรรถนะทั้ง 12 ด้าน เมื่อพิจารณา เป็นรายสมรรถนะพบว่า มีสมรรถนะ 9 ด้าน อยู่ในระดับ มากที่สุด คือ การทำงานเป็นทีม จิตบริการ คุณธรรมและจริยธรรม แรงจูงใจในการทำงาน ทักษะชีวิตและอาชีพ ทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัลและการสื่อสาร ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรม การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การส่งสมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ ตามลำดับ ส่วนข้อที่อยู่ในระดับดี 3 ด้าน คือ ทักษะการแก้ไขปัญหา ความรู้เกี่ยวกับภารกิจของมหาวิทยาลัย และ ทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ตามลำดับ รูปแบบการพัฒนาบุคลากร ข้อเสนอรูปแบบการพัฒนาบุคลากร มีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เป็นกระบวนการวางแผนอย่างเป็นระบบ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานและปรับปรุงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานขององค์กรให้สูงขึ้น โดยวิธีการฝึกอบรม การให้การศึกษา และการพัฒนาควรจะมีแนวทางการพัฒนาบุคลากร มีดังนี้

- 1) จัดให้มีการสอบคัดเลือกบุคลากรของมหาวิทยาลัยด้วยวิธีการทดสอบความรู้เกี่ยวกับมหาวิทยาลัย เช่น กฎ ระเบียบหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องและภารกิจของมหาวิทยาลัย เพื่อวัดระดับความรู้เกี่ยวกับภารกิจของมหาวิทยาลัย (ด้านที่ 1) 2) จัดให้มีการปฐมนิเทศเพื่อชี้แจงบทบาทหน้าที่ของบุคลากรหรือพนักงานใหม่ในทุกประเภท เพื่อให้ทราบ บทบาทและหน้าที่ และให้เกิดความเชี่ยวชาญในตำแหน่งของตนเอง (ด้านที่ 5) ให้ปรับทัศนคติ ปลุกฝังค่านิยม ความผูกพันต่อองค์กรให้ปฏิบัติงานตามคุณธรรมและจริยธรรม (ด้านที่ 2) จัดอบรมการให้บริการแก่บุคลากรทุกประเภท เพื่อให้ปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ ใช้น้ำเสียง วาจาที่สุภาพ (ด้านที่ 6) 3) จัดทำคู่มือการปฏิบัติงาน กำหนดเส้นทางความก้าวหน้า ในสายอาชีพของแต่ละตำแหน่ง สำหรับบุคลากรในทุกตำแหน่งทุกประเภท ให้บุคลากรปฏิบัติงานโดยมุ่งผลลัพธ์มากกว่าเน้นกระบวนการปฏิบัติงาน (ด้านที่ 4) 4) บุคลากรควรเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ รวมถึงประสบการณ์มาใช้ปรับปรุงและพัฒนาขั้นตอนและระบบการทำงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล เพื่อเป็นการสร้างความก้าวหน้าในตำแหน่งให้สูงขึ้น (ด้านที่ 5) และให้ปฏิบัติงานเป็นทีมเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีทั้งในมหาวิทยาลัยและภายนอก (ด้านที่ 8) สร้างทักษะ และสร้างการเรียนรู้เพื่อเปิดโอกาสให้มีการนำนวัตกรรมแนวคิดใหม่ๆ มาปรับใช้การปฏิบัติงาน (ด้านที่ 7) ให้มีความยืดหยุ่นปรับตัวเข้ากับสังคมได้อย่างเป็นสุข ให้มีการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าอย่างเป็นระบบ (ด้านที่ 9) ให้มีการใช้ในชีวิตประจำวัน ที่สามารถปรับตัวเข้ากับสังคมได้อย่างเป็นสุข (ด้านที่ 12) 5) จัดให้มีการนำเครื่องมืออุปกรณ์ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อการสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ให้มีการฝึกทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัลและการสื่อสาร ให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา (ด้านที่ 11) 6) จัดให้มีการสื่อสารที่เป็นภาษาต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นภาษาใดๆ เนื่องจากมหาวิทยาลัยมีบุคลากรต่างชาติและนักศึกษาต่างชาติเข้ามาปฏิบัติงานหรือศึกษาต่อเป็นจำนวนมากขึ้น (ด้านที่ 10) 7) สร้างแรงจูงใจในการทำงาน สร้างขวัญและกำลังใจให้แก่บุคลากรทางการศึกษาทุกท่านให้ได้รับขวัญและกำลังใจอย่างเต็มที่และคุ้มค่า เปรียบเสมือนสวัสดิการ ด้านหนึ่งของชีวิตในการทำงาน จะส่งผลต่อการปฏิบัติงานให้กับองค์กรอย่างคุ้มค่า และเกิดความความสุขในการปฏิบัติงาน เกิดความรักใคร่ ห่วงเห่นรักองค์กรและเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร ผลที่จะตามมาจะทำให้บุคลากรฯ หน่วยงานภายใน-ภายนอก องค์กรต่างๆ ชุมชน ประชาชน สถานประกอบการ และอื่นๆ เกิดความเชื่อมั่น ศรัทธาในองค์กรและมั่นคงในอาชีพของตนเอง (ด้านที่ 3)

จากการยืนยันรูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยใน 4 ประเด็น คือ 1) ในระดับความสำคัญ 2) ในระดับความเหมาะสม 3) ในระดับความเป็นไปได้ และ 4) ในระดับการนำไปใช้ประโยชน์ และจากข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ขอนำเสนอรูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 ดังภาพ



ทั้งนี้ รูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 นั้น นอกจากวิธีการพัฒนาสมรรถนะแล้ว ยังต้องมีวิธีการเน้นการพัฒนาใน 1) ด้านการจัดการศึกษา เพื่อเป็นเพิ่มพูนความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ ความชำนาญ และ ความสามารถของบุคคลที่ได้ปฏิบัติหน้าที่อยู่ภายในองค์กร และเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพในตำแหน่ง 2) ด้านการฝึกอบรม เป็นการพัฒนาบุคลากร เพื่อเพิ่มทักษะ ความรู้ความเข้าใจในงานที่ตนเองปฏิบัติ สามารถนำความรู้ที่ได้จากการอบรมไปใช้ในการปฏิบัติงานทำให้เกิดความชำนาญยิ่งขึ้น และ 3) ด้านการพัฒนา คือ การพัฒนาตนเอง และองค์กรให้มีประสิทธิภาพพร้อมที่จะปฏิบัติงานกับองค์กรในอนาคต เช่น เรียนรู้การใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ในปัจจุบัน รวมทั้งสิ่งแวดล้อมต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป

สรุปและอภิปรายผล

จากข้อค้นพบของการวิจัยครั้งนี้ มีประเด็นสำคัญที่ค้นพบ จากรูปแบบการพัฒนาบุคลากร สามารถนำมาอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้ดังนี้

1. การสังเคราะห์สมรรถนะของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 โดยจากข้อค้นพบเกี่ยวกับ รูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 โดยการทบทวนวรรณกรรม มีสมรรถนะที่สำคัญ 12 ด้าน ทั้งนี้ เป็นเพราะว่า ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ตามหลักการ แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีสมรรถนะใน 12 ด้าน แบ่งได้จาก 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 สมรรถนะหลักของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ จำนวน 6 ด้าน คือ 1) ความรู้เกี่ยวกับภารกิจของมหาวิทยาลัย 2) การส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ 3) คุณธรรม

และจริยธรรม 4) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ 5) จิตบริการ 6) การทำงานเป็นทีม และกลุ่มที่ 2 สมรรถนะของประเทศไทยในยุค 4.0 จำนวน 6 ด้าน 7) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรม 8) ทักษะชีวิตและอาชีพ 9) ทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัลและการสื่อสาร 10) ทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ 11) ทักษะการแก้ไขปัญหา และ 12) แรงจูงใจในการทำงาน จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มีสมรรถนะใน 12 ด้าน โดยเรียงลำดับ ดังนี้ 1) ความรู้เกี่ยวกับภารกิจของมหาวิทยาลัย 2) การส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ 3) คุณธรรมและจริยธรรม 4) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ 5) จิตบริการ 6) การทำงานเป็นทีม 7) ทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ 8) ทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัลและการสื่อสาร 9) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรม 10) แรงจูงใจในการทำงาน 11) ทักษะการแก้ไขปัญหา และ 12) ทักษะชีวิตและอาชีพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย รุจิ จารุภาชน์ (2548) รูปแบบการประเมินสมรรถนะ ใช้เนื้อหาการประเมินสมรรถนะหลักของสำนักงานคณะกรรมการพลเรือน (ก.พ.) ใน 5 หัวข้อหลัก คือ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การบริการที่ดี การส่งเสริมความเชี่ยวชาญในอาชีพ ความร่วมแรงร่วมใจ และคุณธรรม จริยธรรม และสอดคล้องกับงานวิจัยมยุรี คำปาเชื้อ, อินดา ศิริวรรณ และอุทัย สติมัน (2559) สมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากร สายสนับสนุนวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏในกรุงเทพมหานครประกอบด้วย 5 ด้าน คือ 1) ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ 2) ด้านการบริการที่ดี 3) ด้านการส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ 4) ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องชอบธรรมและจริยธรรม และ 5) ด้านการทำงานเป็นทีม

2. การประเมินสมรรถนะของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 โดย 2.1) จากข้อค้นพบเกี่ยวกับ รูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 โดยข้อค้นพบเกี่ยวกับการประเมินสมรรถนะจะเห็นว่า ที่มาของสมรรถนะได้ถูกสังเคราะห์ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะใน 12 ด้าน แล้วมีการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 8 คน มีการสอบถามผู้บริหารและผู้เกี่ยวข้องกับผู้ปฏิบัติงาน ด้านสมรรถนะของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ มีสมรรถนะที่สำคัญ ในสมรรถนะ 12 ด้าน ซึ่งมีทักษะลำดับสุดท้าย คือ 12) ทักษะชีวิตและอาชีพ ซึ่งสมรรถนะมีการเปลี่ยนแปลงจาก การทบทวนวรรณกรรม โดยให้ทักษะชีวิตและอาชีพอยู่ในระดับสุดท้าย ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ สมรรถนะด้านทักษะชีวิตและอาชีพผู้ให้สัมภาษณ์ เห็นว่า มีความสำคัญแต่ค่อนข้างน้อย และไม่จำเป็นต้องมีทักษะตัวนี้ ดังผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 2 กล่าวว่า “ทักษะข้อนี้ มีความสำคัญแต่ค่อนข้างน้อย เพราะเป็นทักษะที่ทุกคนต้องเรียนรู้ตัวตนเองในส่วนของเรื่องวัฒนธรรมขององค์กรก็มี ส่วนที่จะต้องทำให้ต้องมีการปรับเข้าหากันมีความยืดหยุ่น” (คนที่ 2, สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2563) และผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3 “บุคลากรส่วนใหญ่สามารถปรับตัวเข้ากับองค์กรได้อยู่แล้ว โดยไม่จำเป็นต้องมีทักษะตัวนี้” (คนที่ 3, สัมภาษณ์, 5 สิงหาคม 2563) และ 2.2) จากการประเมินสมรรถนะของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 287 คน พบว่า สมรรถนะ ทั้ง 12 ด้าน สามารถเรียงลำดับความสำคัญตามค่าเฉลี่ย ดังนี้ 1) ความรู้เกี่ยวกับภารกิจของมหาวิทยาลัย 2) คุณธรรมและจริยธรรม 3) แรงจูงใจในการทำงาน 4) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ 5) การส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ 6) จิตบริการ 7) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรม 8) การทำงานเป็นทีม 9) ทักษะการแก้ไขปัญหา 10) ทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ 11) ทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัลและการสื่อสาร และ 12) ทักษะชีวิตและอาชีพ ซึ่งสมรรถนะมีการเปลี่ยนแปลงจาก การทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์ โดยให้ทักษะชีวิตและอาชีพอยู่ในระดับสุดท้ายเหมือนกัน ซึ่งสอดคล้องกับการสัมภาษณ์ คนที่ 2 กล่าวว่า “ทักษะข้อนี้ มีความสำคัญแต่ค่อนข้างน้อย เพราะเป็นทักษะที่ทุกคนต้องเรียนรู้ตัวตนเอง ในส่วนของเรื่องวัฒนธรรมขององค์กรก็มี ส่วนที่จะต้องทำให้ต้องมีการปรับเข้าหากันมีความยืดหยุ่น” (คนที่ 2, สัมภาษณ์, 6 สิงหาคม 2563) และผู้ให้สัมภาษณ์ คนที่ 3 “บุคลากรส่วนใหญ่สามารถปรับตัวเข้ากับองค์กรได้อยู่แล้ว โดยไม่จำเป็นต้องมีทักษะตัวนี้” (คนที่ 3, สัมภาษณ์, 5 สิงหาคม 2563) ส่วนสมรรถนะที่มีการปรับเปลี่ยนกลุ่มที่ 1 สมรรถนะหลักของมหาวิทยาลัย ไปอยู่กลุ่มที่ 2 สมรรถนะของประเทศไทย 4.0 คือ 8) การทำงานเป็นทีม และสมรรถนะที่มีการปรับเปลี่ยน กลุ่มที่ 2 สมรรถนะของประเทศไทย 4.0 ไปอยู่กลุ่มที่ 1 สมรรถนะหลักของมหาวิทยาลัย คือ 3) แรงจูงใจในการทำงาน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 287 คน ซึ่งเป็นบุคลากรตามกลุ่มตัวอย่าง เห็นว่า แรงจูงใจในการทำงานมีส่วนช่วยให้เป็นพลังในการช่วยให้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาบุคลากรของผู้ตอบแบบสอบถามให้ไว้ว่า “แรงจูงใจในการทำงานเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่บุคลากรทางการศึกษาทุกท่าน หากเมื่อบุคลากรฯ ทุกท่านได้รับขวัญและกำลังใจอย่าง

เต็มทีและคุ้มค่า เปรียบเสมือนสวัสดิการ ด้านหนึ่งของชีวิตในการทำงาน ก็จะส่งผลต่อการปฏิบัติงานให้กับองค์กรอย่างคุ้มค่าและทุ่มเทและเกิดความความสุข มีความสุขในการปฏิบัติงานเกิดความรักใคร่หวงแหนรักองค์กรและเกิดความจงรักภักดีต่อองค์กร ผลที่จะตามมา ก็จะทำให้บุคลากรฯ หน่วยงานภายใน-ภายนอก องค์กรต่างๆ ชุมชน ประชาชน สถานประกอบการ และอื่นๆ เกิดความเชื่อมั่นศรัทธาในองค์กรและมั่นคงในอาชีพของตนเอง” ซึ่งสอดคล้องกับ Spencer, L. M. and Spencer, S. M. (1993, pp. 9-11) กล่าวไว้ในสมรรถนะข้อที่ 5 ว่า แรงจูงใจ (Motive) เป็นสิ่งที่บุคคลคิดคำนึงถึงหรือต้องการ ซึ่งเป็นแรงขับให้แสดงพฤติกรรมเป็นแรงจูงใจเป็นแรงส่งเสริมให้เลือกจะทำหรือแสดงพฤติกรรม เพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์ที่ต้องการ และเป็นสาเหตุที่ทำให้แต่ละบุคคลแสดงพฤติกรรมแตกต่างกัน เช่น คนที่มีลักษณะมุ่งมั่นต่อความสำเร็จสูง ก็จะเป็นคนที่ตั้งเป้าหมายกับตนเองอย่างท้าทาย ส่วน David C. McClelland (1961) กล่าวว่า แรงจูงใจ ในส่วนที่อยู่เหนือน้ำ เป็นส่วนที่มีความสัมพันธ์กับเขาวนปัญญาของบุคคล ซึ่งการที่บุคคลมีความฉลาดสามารถเรียนรู้องค์ความรู้ต่างๆ และทักษะได้นั้น ยังไม่เพียงพอที่จะทำให้ผลการปฏิบัติงานที่โดดเด่น จึงจำเป็นต้องมีแรงผลักดันเบื้องลึก คุณลักษณะส่วนบุคคล ภาพลักษณ์ของบุคคลที่มีต่อตนเอง และบทบาทที่แสดงออกต่อสังคมอย่างเหมาะสมด้วย จึงจะทำให้บุคคลกลายเป็นผู้ที่มีผลงานโดดเด่นได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยนฤตล สนิทราษฎ์ (2557) โดยการพัฒนาสมรรถนะ ควรให้ความสำคัญด้านทัศนคติ โดยเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานและพิจารณา ความอดทนความมุ่งมั่น ความสำเร็จใน การทำงาน และงานวิจัยของวรลธิ ฉิมทองดี (2558) ที่พบว่า แรงจูงใจในการสร้างนวัตกรรมและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสนับสนุน จากองค์กรและการคิดสร้างสรรค์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถในการสร้างนวัตกรรม

3. เสนอรูปแบบการพัฒนาศูนย์กลางของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 ผลจากการเสนอรูปแบบการพัฒนาศูนย์กลาง พบว่า ระดับความสำคัญ และระดับการนำไปใช้ประโยชน์ อยู่ในระดับดีมาก ส่วนระดับความเป็นไปได้ และระดับความเหมาะสม อยู่ในระดับดี ตามลำดับ ส่วนยืนยันรูปแบบการพัฒนาศูนย์กลาง ใน 4 ประเด็น มีสมรรถนะทั้ง 12 ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายสมรรถนะพบว่า มีสมรรถนะ 9 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด คือ การทำงานเป็นทีม จิตบริการ คุณธรรมและจริยธรรม แรงจูงใจในการทำงาน ทักษะชีวิตและอาชีพ ทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัลและการสื่อสาร ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรม การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ ตามลำดับ ส่วนข้อที่อยู่ในระดับดี 3 ด้าน คือ ทักษะการแก้ไขปัญหา ความรู้เกี่ยวกับการกิจของมหาวิทยาลัย และทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ เลเกีย เขียวดี พิสมัย, รบชนะชัย พูลสุข และ พชรไพโร ประภัสสร (2562) ที่พบว่า ผลการประเมินรูปแบบการเสริมสร้างสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุน พบว่า รูปแบบมีความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนสมหมาย คำภาพงษา, กิติรัตน์ สืบพันธ์ และมาลี ไชยเสนา (2562) พบว่า ศึกษาแบบการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรกองกำกับการ 6 กองบังคับการตำรวจทางหลวง ผลการประเมินรูปแบบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า รูปแบบมีความเหมาะสมในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.47) และมีความเป็นไปได้ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.05) ส่วนกมลรัตน์ แสนใจงาม (2557) ได้ศึกษาแบบการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า โดยรวมบุคลากรของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่มีสมรรถนะที่จำเป็นต้องมีแบ่งเป็นสมรรถนะหลักที่จำเป็นต้องมี ทั้งผู้บริหาร สายวิชาการและสายสนับสนุน อยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนสมรรถนะประจำกลุ่มงานที่จำเป็นต้องมีผู้บริหารอยู่ในระดับมากที่สุด สายวิชาการอยู่ในระดับมากที่สุด และสายสนับสนุนอยู่ในระดับมากที่สุด ส่วนวูลและซุลลิแวน (Wool and Sullivan, 1996, pp. 48-57) ได้ศึกษาวิจัยถึง สมรรถนะที่จำเป็นของผู้บริหารงานบุคคลในอนาคต ผลการวิจัยพบว่า ในอนาคตผู้บริหารงาน ด้านบุคคลขององค์กรพึงมีสมรรถนะที่ต้องการอยู่ 3 ประการสำคัญที่สุด คือ 1) การมีความรอบรู้ในธุรกิจและ งานองค์กรเป็นอย่างดี 2) ความสามารถในการขับเคลื่อนก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลง และ 3) ทักษะในการโน้มน้าวใจ

ทั้งนี้การศึกษาในครั้งนี้ พบว่า รูปแบบการพัฒนาศูนย์กลางของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 มีสมรรถนะ 12 ด้าน ดังนี้ 1) ความรู้เกี่ยวกับการกิจของมหาวิทยาลัย 2) คุณธรรมและจริยธรรม 3) แรงจูงใจในการทำงาน 4) การมุ่งผลสัมฤทธิ์ 5) การส่งเสริมความเชี่ยวชาญในงานอาชีพ 6) จิตบริการ 7) ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และนวัตกรรม 8) การทำงานเป็นทีม 9) ทักษะการแก้ไขปัญหา 10) ทักษะการสื่อสารภาษาต่างประเทศ 11) ทักษะการใช้เครื่องมือดิจิทัลและการสื่อสาร และ 12) ทักษะชีวิตและอาชีพ โดยมีการยืนยันรูปแบบการพัฒนาศูนย์กลาง ใน 4 ประเด็น คือ (1) ในระดับความสำคัญ

(2) ในระดับความเหมาะสม (3) ในระดับความเป็นไปได้ และ (4) ในระดับการนำไปใช้ประโยชน์ โดยรวมทั้ง 4 ประเด็นอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งมีระดับความสำคัญ และระดับการนำไปใช้ประโยชน์ อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ระดับการนำไปใช้ประโยชน์ และระดับความเหมาะสม อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. ผู้บริหารระดับสูงในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ควรตรวจสอบดูความเหมาะสม และมีการยอมรับในเชิงนโยบาย กำหนดเป็นนโยบายในการพัฒนาสมรรถนะของบุคลากรสู่ความเป็นเลิศ และเพื่อการสร้างรูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 ให้เหมาะสมกับแต่ละพื้นที่/วิทยาเขต
2. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ควรให้มีการแข่งขันด้านการบริหารสมรรถนะในแต่ละคณะหรือแต่ละหน่วยงาน มีการให้รางวัลและค่าตอบแทนในการบริหารสมรรถนะที่ประสบผลสำเร็จ และควรมีการเทียบเคียงกับองค์กรในระดับเดียวกัน เพื่อการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่องในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
3. ควรส่งเสริมหรือสนับสนุนจัดหาให้มีการนำเครื่องมือ อุปกรณ์หรือนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานในหน่วยงาน
4. ควรมีการสร้างแรงจูงใจและสวัสดิการให้กับบุคลากรทุกประเภทเพื่อเป็นการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่บุคลากรทางการศึกษาทุกท่าน
5. ควรให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาบุคลากรในมหาวิทยาลัยอันเป็นการสร้างความคิดสร้างสรรค์หรือนวัตกรรมใหม่ๆ ในมหาวิทยาลัยได้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

1. ควรทำเป็นโครงการนำร่อง เพื่อทดลองนำรูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 อันเป็นการยืนยันสมรรถนะและรูปแบบการพัฒนาบุคลากรที่พิสูจน์ข้อเท็จจริงจากงานวิจัย เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาสภาพการณ์แบบไม่มีการทดลอง
2. ควรมีการวิจัยในรายละเอียดแต่ละสมรรถนะทั้ง 12 ด้าน เพื่อนำรูปแบบการพัฒนาบุคลากร มายืนยันในความสมบูรณ์ของงานวิจัย เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาจาก การสังเคราะห์สมรรถนะ ที่เป็นตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งจะทำให้สมรรถนะที่ได้จากข้อค้นพบได้รับการพัฒนาปรับปรุงในแต่ละด้าน รวมถึงพัฒนาไปสู่ตัวแปรย่อยในแต่ละด้านด้วย
3. ควรมีการวิจัยรูปแบบการพัฒนาบุคลากรของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ในยุคประเทศไทย 4.0 ในทฤษฎีหรือหลักการที่เป็นรูปแบบสำเร็จรูปแบบอื่นๆ อาทิของ David C. McClelland มี 5 ส่วน คือ 1) ความรู้ 2) ทักษะ 3) ทักษะและค่านิยม เจตคติ 4) คุณลักษณะส่วนบุคคล และ 5) แรงจูงใจ, Spencer, L. M. and Spencer, S. M. มี 5 ลักษณะ คือ 1) ความรู้ 2) ทักษะ 3) ทักษะ 4) คุณลักษณะเฉพาะ และ 5) แรงจูงใจ เป็นต้น เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ ใช้กรอบแนวคิดของการวิจัยและขอบเขตของการวิจัย จากการทบทวนวรรณกรรม การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญสมรรถนะ และรูปแบบการพัฒนาบุคลากรที่สำเร็จรูปแบบอื่นๆ เพื่อประมวลการวิจัยให้เป็นแบบกรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

เอกสารอ้างอิง

- กองบริหารงานบุคคล. (2562). ข้อมูลบุคลากร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. เข้าถึงจาก <https://hr.rmutr.ac.th/>. (สืบค้นเมื่อ 11 พฤษภาคม 2563).
- กรกต ขาวสะอาด. (2559). สมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานตามมาตรฐานวิชาชีพครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 1. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- ชัยยนต์ เพาพาน. (2558). แนวคิดและทฤษฎีพื้นฐานการเป็นผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21. ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นฤตล สนิทราษฎร์ (2557). สมรรถนะที่จำเป็นในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรที่ศึกษาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในอุตสาหกรรมการเงินการธนาคาร. วิทยาลัยนวัตกรรมการบริหาร, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- เพ็ญศรี ฉิรินง. (2562). การจัดการทรัพยากรมนุษย์. (พิมพ์ครั้งที่ 2). นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2556). คู่มือสมรรถนะ Competency Manual. (พิมพ์ครั้งที่ 3). นครปฐม: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- มยุรี คำปาเชื้อ, อินดา ศิริวรรณ และอุทัย สติมัน. (2559). รูปแบบการบูรณาการหลักพุทธธรรมเพื่อการพัฒนาสมรรถนะบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏในกรุงเทพมหานคร. วารสารศึกษาศาสตร์ ฉบับวิจัยบัณฑิตศึกษา, 10(1), 97-105.
- เลเกีย เขียวดี, พิสมัย รบชนะชัย พูลสุข และพชรไพ ประภัสสร. (2562). การพัฒนารูปแบบการเสริมสร้างสมรรถนะการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนในมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคเหนือตอนล่าง. สักทอง : วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 25(4), 138-150.
- วรลี ฉิมทองดี. (2558). โมเดลเชิงสาเหตุของความสามารถในการสร้างนวัตกรรมของครูโดยมีการคิดสร้างสรรค์เป็นตัวแปรส่งผ่าน. วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา, 10(4), 324-332.
- รุจี จารุภาชน์. (2548). การพัฒนารูปแบบการประเมินผลสมรรถนะของบุคลากรเพื่อการพัฒนา กรณีศึกษา วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธรจังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์. ศศ.ม. (สังคมวิทยาการพัฒนาศาสตร์). ขอนแก่น: วิทยาลัยการสาธารณสุขสิรินธรขอนแก่น.
- สำนักงานเลขาธิการรัฐมนตรี. (2560). ข่าวสำนักงานรัฐมนตรี 228/2560. เข้าถึงจาก <https://www.moe.go.th/websm/2017/may/228.html>. (สืบค้นเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2563).
- สมหมาย คำภาพงษา, กิตติรัตน์ สืบพันธ์ และมาลี ไชยเสนา. (2562). รูปแบบการพัฒนาสมรรถนะของ บุคลากรกองกำกับการ 6 กองบังคับการตำรวจทางหลวง. วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 8(1), 96-107.
- McClelland, David C. (1961). *The Achieving Society*. New York: D. Van Nostrand Company Inc.
- Nadler, L. (1980). *Corporate Human Resource Development : A Management Tool*. Available: <https://sites.google.com/site/group1class52557/4-raeng-cungci/thvsdi-raeng-cungci?tmpl=%2Fsystem%2Fapp%2Ftemplates%2Fprint%2F&showPrintDialog=1>.
- Spencer, L.M. & Spencer, S.M. (1993). *Competency at work: Models for Superior Performance*. New York: John Wiley & Son.
- Wool, S. and Sullivan, D. (1996). *The United States magazine and Democratic review*. New York: Kettell & Moore.

Influence Factors on Management of Reserving Intangible Cultural Heritage of Music in Taiyuan Drums Program, China

Yuanyuan Han¹ and Eksiri Niyomsilp²

¹ PhD Candidate in Management, School of Management, Shinawatra University

² Ph.D., Management, School of Management, Shinawatra University

E-mail: eive0000@163.com, eksiri.n@siu.ac.th

Abstract

The objectives of this research were to 1) To study the situation of protecting Intangible Cultural Heritage of Music in Taiyuan Drums. 2) To study the influence factors on management of protecting Taiyuan Drums program. 3) To study the development of influence factors on management of protecting Taiyuan Drums program. The samples were 400 teachers and students from 4 universities in Taiyuan City. Which research tool was the questionnaire developed based on the conceptual framework of reserving Taiyuan Drums.

The findings revealed that 1) The individual factors have no relationship with the inheritance development of Taiyuan Drums. 2) The organizational factors have a significant influence on inheritance development of Taiyuan Drums. 3) The social factors have a significant influence on inheritance development of Taiyuan Drums.

Keywords: Intangible Cultural, Heritage of Music, Taiyuan Drums

Introduction

As a national Intangible Cultural Heritage, Taiyuan Drums culture has become a cultural phenomenon that worthy of attention for its unique artistic characteristics. It began to develop on the basis of social drum accompaniment, and gradually became an independent and indispensable art form for occasions such as celebrations and festivals. Therefore, the study on the influence factors on reserving in Taiyuan Drums, can helps to protect and inherit not only the Chinese Drums culture and also the traditional culture. So this research is aimed to study and find out the solutions to protect and promote the tradition of Taiyuan Drums playing.

Research Questions

1. What is the situation of reserving Intangible Cultural Heritage of Music in Taiyuan Drums?
2. What are the influence factors on management of reserving Taiyuan Drums program?
3. How the influence factors impact on the management of reserving Taiyuan Drums program?

Research Objectives

1. To study the situation of reserving Intangible Cultural Heritage of Music in Taiyuan Drums.
2. To study the influence factors on management of reserving Taiyuan Drums program.
3. To study the development of influence factors on management of reserving Taiyuan Drums program.

Conceptual Framework

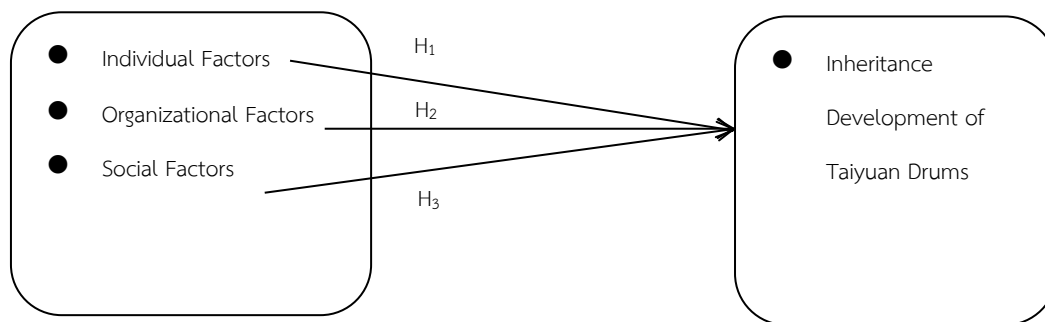


Figure 1 Conceptual Framework

Research Hypothesis

- H: There is a significant impact of all influence factors on inheritable development of Taiyuan Drums.
 H1: Individual Factors have a significant impact on inheritance development of Taiyuan Drums.
 H2: Organizational Factors have a significant impact on inheritance development of Taiyuan Drums.
 H3: Social factors have a significant impact on inheritance development of Taiyuan Drums.

Research Methodology

In this article, the main methods that used to test the conceptual framework and hypotheses are survey questionnaire and in-dept interview as quantitative and qualitative approach. The ten interviewees in this article are all inheritors of Taiyuan Drums.

The author distributed the questionnaire to collect about 400 sampling from teachers and students from 4 universities of Taiyuan (including the 350 for students and 50 for teachers). Because the teachers and students from the universities are a large number of groups that may become an important role in the protecting the Taiyuan Drums in the future.

For this study, the calculation from the population of 400 came up with 60,000 teachers and students of 4 universities in Taiyuan City by using Yamane's formula of sample size with and error 5% and a confidence coefficient of 95% (Yamane, 1967), as shown followed.

$$n = \frac{60,000}{1 + 60,000 * 0.05^2} = 399.3399 \approx 400$$

The questionnaire has 4 parts including Personal profiles, Questions related to the Status of Taiyuan Drums, Questions related to influence factors on protecting Taiyuan Drums and suggestions.

In this survey questionnaire, Part 3 are scaled questions following the 5 scale of Likert's scale concept. (Likert, 1932)

Expected Findings and Discussion

The 400 questionnaires were effectively collected. The effective recovery rate was 100%.

The author employed the descriptive statistics and inferential statistics based on the reliability analysis, the validity analysis and the factors analysis for the questionnaire.

Descriptive statistics were employed to describe the details of demographic profiles, and the status of Taiyuan Drums. Inferential statistics including Correlation Analysis, Regression Analysis.

Reliability and Validity analysis of the Questionnaire

In order to ensure the quality of the questionnaire, the author had carried out reliability and validity tests the questionnaire.

Table 1 Reliability Test Results of Scales

Item	Number of Items	Cronbach α
Inheritance status	3	0.732
Internal Factors	4	0.934
Organizational Factors	4	0.892
	9	0.975

From Table 1, the Cronbach's α values of all measurement items are above 0.7 (CITC>0.5), so each item has meaning and need not be deleted. Therefore, the questionnaire is highly reliable.

Table 2 KMO and Bartlett's Test Results of Individual Factors

KMO Measure of Sampling Adequacy	0.836	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1391.958
	df	6
	Sig	0.000

*Sig < 0.05, **Sig < 0.01, ***Sig = .000

From the Table 2, the results show that correlation between variables of Individual Factors is better, and indicate that the structural is suitable for factor analysis.

Table 3 KMO and Bartlett's Test Results of Organizational Factors

KMO Measure of Sampling Adequacy	0.806	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Aquare	1007.968
	df	6
	Sig	0.000

*Sig < 0.05, **Sig < 0.01, ***Sig = .000

From the Table 3, the results show that correlation between variables of Organizational Factors is better, and indicate that the structural is suitable for factor analysis.

Table 4 KMO and Bartlett's Test Results of Social Factor

KMO Measure of Sampling Adequacy	0.940	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Aquare	5442.733
	df	36
	Sig	0.000

*Sig < 0.05, **Sig < 0.01, ***Sig = .000

From the Table 4, the results show that correlation between variables of Social Factors is better, and indicate that the structural is suitable for factor analysis. Therefore, the questionnaire is highly valid.

Descriptive Analysis of three variables

This par conducts a descriptive analysis on the specific items of the three variables of individual factors, organizational factors and social factors, which uses five-point Likert scales in Part 3 of the questionnaire.

Table 5 Descriptive Analysis of individual factors

Measurement Items for Variable	Mean	S.D.	Level	Ranking
Reasonable inheritance	3.448	0.908	Agree	4
Inheritors are protected	3.507	0.920	Agree	2
Strong performance innovation	3.463	0.916	Agree	3
High enthusiasm	3.604	0.911	Agree	1

From Table 5, it shows that the respondents think these four aspects have the same effect on the inheritance and protection of Taiyuan Drums.

Table 6 Descriptive Analysis of organizational factors

Measurement Items for Variable	Mean	S.D.	Level	Ranking
Demands for Organization show	3.188	0.854	Neutral	4
Team management mode	3.394	0.849	Neutral	3
Team has a high level of professionalism	3.525	0.887	Agree	2
Organization Development Path (or direction)	3.535	0.864	Agree	1

From Table 6, the result shows that the respondents think these four aspects have the same effect on the inheritance and protection of Taiyuan Drums.

Table 7 Descriptive Analysis of social factors

Measurement Items for Variable	Mean	S.D.	Level	Ranking
Increase the level of publicity	3.854	0.930	Agree	7
Effective organizational guidance	3.881	0.924	Agree	6
Diversity of performers	3.891	0.931	Agree	5
Improvement of economic development level	3.691	0.971	Agree	9
Inheritance of laws and regulations	3.713	0.964	Agree	8
Good cultural atmosphere	3.936	0.930	Agree	1
Support from civil society organizations	3.901	0.966	Agree	3
Promotion of online news media	3.926	0.988	Agree	2
Combination with college education	3.899	0.970	Agree	4

From Table 7, the result shows that the respondents think these four aspects have the same important effect on the inheritance and protection of Taiyuan Drums.

Correlation Analysis of Variables.

This section uses correlation analysis to determine whether all factors are related to the Inheritable development of Taiyuan Drums, thus ensuring the need for multiple regression analysis.

Table 8 Correlation Analysis Results between all influence factors and inheritance development of Taiyuan Drums

		Inheritable Development of Taiyuan Drums
Individual Factors	R	0.140**
	Sig.(2-tailed)	0.005
Organizational Factors	R	0.200**
	Sig.(2-tailed)	0.000
Social Factors	R	0.148**
	Sig.(2-tailed)	0.003

According to Table 8, we can see there are significant positive correlations between all influence factors and the inheritable development of Taiyuan Drums (Sig.<0.01)

Multiple Regression Analysis of Hypotheses Testing.

In this section, the multiple regression analysis was employed to test and verify the hypotheses of this study.

Table 9 Regression Analysis Results of Internal Factors and Inheritable development of Taiyuan Drums

Model 1	B	Std.Error	t	Sig.
Constant	1.977	0.059	33.48	0.000**
Individual Factors	-0.007	0.021	-0.316	0.752
Organizational Factors	0.063	0.026	2.465	0.014*
Social Factors	0.037	0.018	2.509	0.040*
R ²	0.040			
Adjust R ²	0.033			
F	5.625			
Sig. (F)	0.001**			
Dependent Variable: Inheritable Development of Taiyuan Drums				

*Sig.<0.05, **Sig.<0.01, ***Sig.=0.000

From Table 9, the result shows that at least one of the Individual Factors, the Organizational Factors, and the Social Factors will affect the Inheritable Development. The model formula is :

$$\text{Inheritance case} = 0.063 * \text{Organizational Factors} + 0.007 * \text{Social Factors}.$$

The final concrete analysis shows that:

The Organizational Factors and the Social Factors have a significant positive influence on the Inheritable Development of Taiyuan Drums.

Therefore, the results of this study accepted:

SubH2: Organizational Factors has a significant impact on Inheritable Development of Taiyuan Drums.

SubH3: Social Factors has a significant impact on Inheritable Development of Taiyuan Drums.

The Individual Factors has no significant impact on the Inheritable Development of Taiyuan Drums. Therefore, the results from this study rejected the SubH1. (Individual Factors)

Results and Discussion

Finding from Descriptive Analysis of Dept-interview.

The finding from the in-dept interview for 10 Taiyuan Drums inheritors is about the problem of inheritance status. That is the young people nowadays have little understanding of Taiyuan Drums, and the performance income is not optimistic, and there are even self-raised funds and debts. It is a problem that affects the inheritance to Taiyuan Drums.

Findings from Chi-Square Analysis.

The results from correlation analysis of variables found that the individual factors, organizational factors and social factors lead to the highest probability of the inheritable development of Taiyuan Drums.

Findings from Testing Hypotheses.

The results from testing 3 sub-hypotheses can be revealed as follow.

H1: Individual Factors have no significant impact on inheritance development of Taiyuan Drums. This finding shows clearly that the rationality of inheritance, inheritors protection or not, performance innovation and the high enthusiasm of the team members can not impact on the inheritance development of Taiyuan Drums.

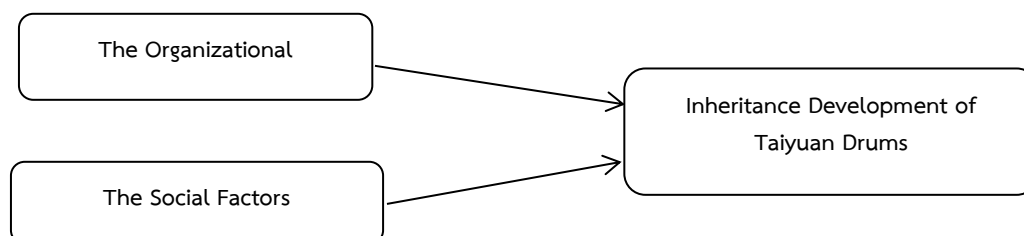
H2: Organizational Factors have a significant impact on inheritance development of Taiyuan Drums. The finding shows clearly that whether the performance funds is sufficient, the management mode and professional level of the performance team, and the direction of team development can further promote the inheritance and development of Taiyuan Drums.

H3: Social Factors have a significant impact on inheritance development of Taiyuan Drums. The finding showed clearly that using these methods of strengthening the propaganda of Taiyuan Drums, enhancing organizational leadership, increasing the diversity of performers, improving the level of economic development, improving the inheritance laws, improving the cultural atmosphere, getting support from civil society organizations, the promotion of online media, and combining with college education to develop the Taiyuan Drums.

Conclusion and Recommendations

The purpose of this article is to study the influence factors of protecting Taiyuan Drums. The results from Hypotheses revealed that the organizational factors and social factors have a significant influence on protecting Taiyuan Drums. This study agreed with the findings of Deng Danquan (2016) who found that “In recent years, the school must not only introduce the intangible cultural heritage into the campus, let the teachers and students know about it, but also strengthen the cultivation of the talents.”

And the hypotheses are presented to form the protecting Taiyuan Drums model, as shown in Figure 2



**Figure 2: Taiyuan Drums' Inheritance
Development of Organizational and Social Factors**

The Taiyuan Drums as a course is carried out in colleges and universities, which is undoubtedly the most beneficial to the protection and inheritance of the Taiyuan Drums. The college students have a higher cultural background, and their joining has also added new vitality for the development and innovation of Drums. The emergence of college students, a special heritage group, can reflect the enthusiasm for their younger generation of the gong and drum performances. What's more, learning drums can enhance the young generation's understanding and love of the intangible cultural heritage, so as to better reserve it.

Recommendations for Future Research

The research findings from this study only cover four universities in Taiyuan City. The population is not large enough for the best results. The researchers in the future research should collect the larger sampling to study.

References

- Aerobat., A. (1996). Tangible and Intangible Heritage: from different to convergence of the Intangible Culture heritage. *Museum International*. 2010. 56(5), 20-21.
- Aerobat., A. (2007). *From different to convergence of the Intangible Culture heritage*. *Museum International*. 59(6), 40-41.
- Amadon. (2005). Research and Preservation Projects on Intangible Heritage. *International Journal of Heritage Studies*. (5), 68-70.
- Boice. R. (1989). *Psychologists as Faculty Developers*. Professional Psychology: Research and Practice, 2.
- Fang., D. (2005). *Sampling technology and its application*. Beijing: Tsinghua University Press.

Jun., L. & Rongwei., L. (2013). *Analysis of the Influencing Factors of the Inheritance of Intangible Cultural Heritage in Hebei Province*. Hebei Institute of Physical Education.

Qingzi., L. (2017). *The "Intangible Cultural Heritage" Protection Strategy of Hainan Minority Music - Taking Qiongzong Li Folk Songs as an Example*. Hainan University.

Xiaolin., H. (2012). Research on Tourism Development of Hakka Intangible Cultural Heritage in South Fujian. *Journal of Weinan Teachers*.



เปิดรับสมัครนักศึกษา
RCIM
COLLEGE OF INNOVATION MANAGEMENT
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

M.B.A. M.P.A. M.Ed. D.B.A D.P.A. Ph.D. (Educational Administration Innovation)

Chinese Online Big Movie Effect on Viewing Behavior among Generation Z Audiences: A Moderated Mediation Model

Wu Xiaoyu¹ and Eksiri Niyomsilp²

¹ Ph.D. Candidate, School of Management, Shinawatra University

² Ph.D. School of Management, Shinawatra University

E-mail: xiaoyu_wuxy@163.com, eksiri.n@siu.ac.th

Abstract

As an original content movie broadcast by streaming media in China, Online Big Movie (OBM for short) has developed rapidly from product to industry since it was proposed in 2014. This study explored the research model of Chinese generation Z's OBM-viewing behavior. Structural equation modeling (SEM) with bootstrapping estimation and multi-group comparison was conducted using data from 447 college students in Shanxi Province of China. The results show that the comparative advantage, OBM traits and crowdfunding intention positively influenced viewing behavior. Moreover, perceived value and attitudes to OBM were found to mediate the above three relationships.

Keywords: Online Big Movie, Generation Z, Viewing Behavior, Mediation Model

Introduction

China is the most populous and the largest market for viewing streaming movies. Scale of Internet users has reached 904 million in 2020, 64.5% Internet penetration, streaming video user 759 million, utilization rate of 83.9% (China Government, 2020). The extremely high penetration of mobile network and streaming video, with the high-speed development of streaming film industry, coupled with the "Stay-at-Home Economy" brought with COVID-19, the huge consumption potential of China's streaming original content (online big movie (short for OBM) has attracted the attention of the global capital markets, as well as the mass media. Therefore, it is urgent to research the OBM-viewing behavior of Chinese audience.

Theory and Hypotheses

At present, most of the research on consumer behavior decision-making is based on the Theory of Rational Behavior (TRA), Theory of Planned Behavior (TPB) and Decomposed Theory of Planned Behavior (DTPB). Compared with TRA and TPB, DTPB has verified to be stronger applicability in many research fields, explanatory and predictive power (Taylor & Todd, 1995). However, studies on viewing behavior are still relatively weak, and this study hopes to make a breakthrough in this aspect. Therefore, DTPB was used as a framework basis and the hypothesized model is illustrated in Figure 1. This study first examines the direct effects of comparative advantages, OBM traits and crowdfunding intention on movie-viewing behavior, then examines the indirect influences among them.

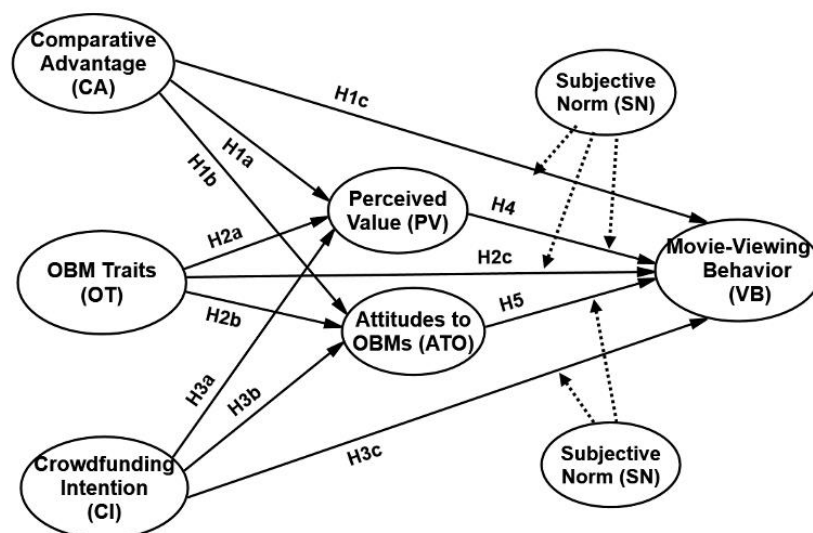


Figure 1 The Hypothesized Model

Comparative Advantage and Movie-Viewing Behavior

For streaming video, because its comparative advantage was faster than ordinary TV series, audiences would choose to pay for viewing (Wood & O'Hare, 2010). Moreover, compared with American audiences, movies with lower fees can promote the viewing desire of Chinese audiences (McKechnie & Zhou, 2003). For this study, compared with cinema movie, the streaming platform of OBM has incomparable advantages in terms of convenience of viewing mode (view anytime, anywhere, and view from more screen), controllability of viewing process (freely pause, rewind, fast-forward), and experience of viewing (participate in the comments on the bullet screen, watch the ending tidbits), etc. Thus, we propose the following hypothesis,

Hypothesis 1. Comparative advantage is positively related to viewing behavior.

OBM Traits and Movie-Viewing Behavior

Film is an art as well as a product, its traits make a movie a hit and no amount of "star power" or marketing can alter that. Many scholars have confirmed that the different traits of film and television works themselves impacted on viewing behavior. In addition, both of movie genre and star power (Basuroy et al., 2003) had significant positive effects on movie-viewing behavior and box office. Thus, we propose the following hypothesis,

Hypothesis 2. OBM traits is positively related to viewing behavior.

Crowdfunding Intention and Movie-Viewing Behavior

Film crowdfunding is a collective effort by audiences who network and pool their money together to invest in and support efforts initiated by independent young filmmakers or film organizations for film production. Studies have shown that film crowdfunding has the advantage of massive fans and college student stars chasers accounted for 83.7% among the investors of film crowdfunding (Su, 2017). Because the cost of OBM filming, publicity and distributing are lower than that of cinema movie, and currently the main mode of

film crowdfunding in the market rewarded crowdfunding with fan's enthusiasm and emotional support as rewards, through which allows more young fans to have the opportunity to realize entertainment benefits. Accordingly, we propose the following hypothesis,

Hypothesis 3. Crowdfunding intention is positively related to movie-viewing behavior.

The Mediating Roles of Perceived Value and Attitudes to OBMs

Perceived value is the audience's subjective cognition, evaluation and judgment on the ability of watching OBM to meet their own psychological, social, and life needs, which can positively predict customers' purchase behavior. For movie, the audio-visual sensory services it provide allow audience to release their emotions and impulses in the viewing process, especially for college students (Vincent & Basil, 1997). In addition, when DPTPB is used in different research situations, other variables such as individual beliefs indirectly affect through behavior attitudes (Mackenzie et al., 1986). Similarly, when college students watching OBMs, perceived value and attitudes to OBMs are important medium for them to perform viewing behavior after forming subjective evaluations of the platform comparative advantages, OBM traits, and crowdfunding intentions. Therefore, we present the following hypotheses,

Hypothesis 4. Perceived value mediates the effect of comparative advantage, OBM traits and crowdfunding intention on movie-viewing behavior.

Hypothesis 5. Attitudes to OBMs mediates the effect of comparative advantage, OBM traits and crowdfunding intention on movie-viewing behavior.

Methods

All variables were measured by a five-point Likert-type scale ranging from 1, "strongly disagree," to 5, "strongly agree". The data used in this study was drawn from college students who currently studying in Shanxi Province. From March 20 to May 3, 2020, WeChat social software was conducted to distribute the survey questionnaires to 500 college students and received 462 of complete and valid questionnaires out of the 447 possible, giving an 89.4% overall response rate. The age of the responding students was between 18 and 22, which fitted the Generation Z range, majority of whose majoring were 246 students (55.0%) in management and 96 (21.5%) students in Art respectively. There were 338 female (75.6%) and 109 male (24.4%) respondents in the collected sample. The students' monthly living expense was distributed as follows: 302 spent 1500-2000 Yuan (67.6%), 78 spent 1000 Yuan (17.4%), 45 spent 2001-3000 Yuan (10.1), 9 spent 3001-4000 Yuan (2.0%) and 13 spent more than 4000Yuan (2.9%). With regards to viewing preference, 92.6% of the respondents indicated they had watched at least one OBMs, while 15.9% of them went to the cinema more than 10 times in the past year. Among various film genres, comedy (78.5%), Love (52.8%), Suspense (40.3%) were considered as favourite movies that respondents would like to watch online.

Results

Table 1 shows the means, standard deviations, reliabilities, and correlations of the variables. CA was positively related to OT ($r=0.52$, $p<0.01$), CI ($r=0.43$, $p<0.01$), PV ($r=0.55$, $p<0.01$), ATO ($r=0.63$, $p<0.01$), and MVB ($r=0.48$, $p<0.01$). Similarly, all variables themselves were significantly correlated with other variables at 0.01.

Table 1 Descriptive Statistics and Bivariate Correlations

Variables	Mean	S.D.	CA	OT	CI	PV	ATO	MVB
CA	3.91	0.78	(0.82)					
OT	3.46	0.79	0.52**	(0.78)				
CI	3.45	0.79	0.43**	0.59**	(0.87)			
PV	3.46	0.77	0.55**	0.61**	0.65**	(0.85)		
ATO	3.67	0.68	0.63**	0.61**	0.62**	0.75**	(0.87)	
MVB	3.16	0.90	0.48**	0.58**	0.57**	0.72**	0.68**	(0.89)

Note. (1) ** $P<0.01$ (two-tailed); N =447. SD=standard deviation.

To measure the internal consistency reliability, convergent validity and discriminant validity of the constructs in our proposed model, we performed CFA analysis on the six constructs (see Table 2). The results revealed that the composite reliability (CR) of each construct ranged from 0.82 to 0.92, exceeding the 0.60 CR threshold value, and giving evidence of internal consistency reliability. Meanwhile, the average variance extracted (AVE) ranged from 0.61 to 0.78, exceeding the 0.50 AVE threshold value, and thus the convergent validity was acceptable. Error! Reference source not found.1 shows that the estimated intercorrelations were less than the square roots of the AVE in each construct, and this provides preliminary support for discriminant validity.

Table 2 Coefficients for the 6-factor measurement model

Construct	Items	Standardized factor loadings	S.E.	C.R. (t-value)	AVE	Composite Reliability
CA	CA1	0.85			0.67	0.89
	CA2	0.91	0.04	24.14(***)		
	CA3	0.79	0.05	19.89(***)		
	CA4	0.70	0.05	16.72(***)		
OT	OT2	0.83			0.61	0.82
	OT1	0.60	0.05	12.94(***)		
	OT3	0.90	0.05	19.11(***)		
CI	CI1	0.85			0.75	0.92
	CI2	0.89	0.04	24.66(***)		
	CI3	0.90	0.04	25.21(***)		
	CI4	0.83	0.04	21.75(***)		
PV	PV1	0.88			0.73	0.89
	PV2	0.87	0.04	24.04(***)		
	PV3	0.81	0.05	21.19(***)		

Table 2 Coefficients for the 6-factor measurement model (Continue)

Construct	Items	Standardized factor loadings	S.E.	C.R. (t-value)	AVE	Composite Reliability
ATO	ATO1	0.89			0.75	0.90
	ATO2	0.91	0.04	27.38(***)		
	ATO3	0.79	0.04	21.45(***)		
MVB	MVB1	0.87			0.78	0.92
	MVB2	0.890	0.04	25.98(***)		
	MVB3	0.89	0.04	25.41(***)		

Note: **p<0.01, ***p<0.01 (two-tailed); N =447.

Structural model

The structural modeling results indicate that the hypothesized model fit the data well ($\chi^2 = 420.53$, $df=156$, $\chi^2/df=2.70$, $GFI=0.92$, $AGFI=0.89$, $CFI=0.96$, $NFI=0.94$, and $RMSEA=0.06$). We used a causal steps strategy to examine the first condition of mediation with regard to Hypotheses 1 and 2. As shown in Table1, the correlation coefficients indicated that MVB was positively and significantly related to CA ($r=0.48$, $p < 0.01$), OT ($r=0.58$, $p < 0.01$) and CI ($r=0.57$, $p < 0.01$). In addition, see Figure 2, the results of the direct effect of CA, OT, and CI on MVB (standardized direct effect=0.23, 0.33, 0.31; $p < 0.01$) were all statistically significant. Hypotheses 1, 2 and 3 were thus supported.

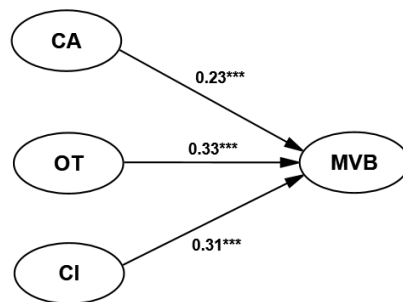


Figure 2 Direct effects of CA, OT, and CI on MVB

Note: * $p < .05$; ** $p < .01$ (two-tailed); N = 447

For testing Hypotheses 4 and 5, we measured the second conditions of mediation. As the results show in Table1, the correlation coefficients indicated that CA, OT, and CI were positively and significantly related to PV ($r=0.55$, 0.61 , 0.65 , $p < 0.01$), similarly, they were positively and significantly related to ATO ($r=0.63$, 0.61 , 0.62 , $p < 0.01$) and MVB ($r=0.72$, 0.68 , $p < 0.01$). In addition, the results of the direct effects of CA, OT, and CI on PV (standardized direct effect=0.30, 0.23, 0.46, $p < 0.01$, see Figure 3), the direct effect of CA, OT, and CI on ATO (standardized direct effect=0.41, 0.21, 0.35, $p < 0.01$), and the direct effect of PV and ATO on MVB (standardized direct effect=0.40, 0.38, $p < 0.01$) were all statistically significant. Therefore, the second conditions of mediation in our proposed model were supported.

In order to investigate the indirect effects of the dependent variable through the mediators, we performed percentile bootstrapping and bias-corrected percentile bootstrapping at a 99% confidence interval

with 10,000 bootstrap samples. We calculated the confidence interval of the lower and upper bounds to test of whether the indirect effects were significant. As shown in Table 3, the results of the bootstrap test confirmed the existence of a positive and significant mediating effect for PV between CA, OT, CI and MVB (standardized indirect effect = 0.34, 0.36, 0.30, $p < 0.01$), and positive and significant mediating effects for ATO between CA, OT, CI and MVB. Hypotheses 4 and 5 were thus supported.

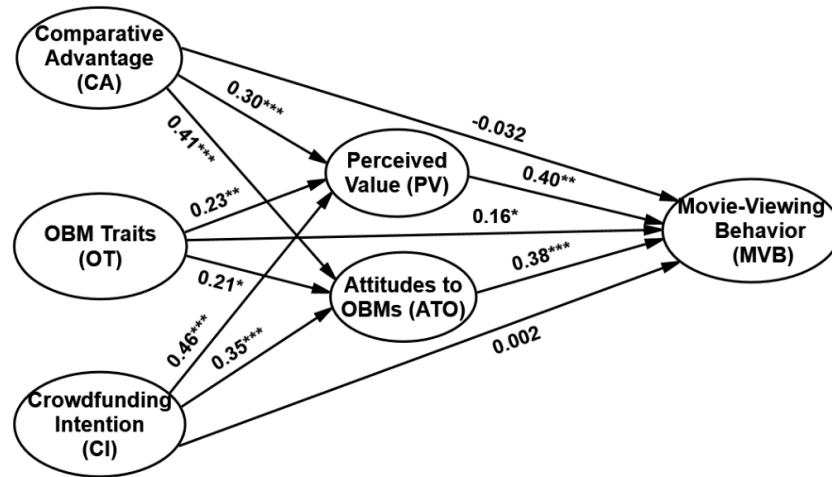


Figure 3 Structural equation modeling of the hypothesized model.

Note: * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$ (two-tailed); $N = 447$

Table 3 Standardized direct, indirect, and total effects of the hypothesized model.

	Point Estimate	Product of Coefficients		Bootstrapping				Two-tailed significance (BC 95% CI)
				Percentile 95% CI		BC 95% CI		
		SE	Z	Lower	Upper	Lower	Upper	
Standardized Total Effects								
CA--MVB	0.63	0.08	7.91	0.49	0.81	0.50	0.81	0.00(**)
OT--MVB	0.72	0.09	0.97	0.57	0.92	0.58	0.93	0.00(**)
CI--MVB	0.71	0.06	11.03	0.58	0.83	0.58	0.83	0.00(**)
Standardized Indirect Effects								
CA--PV--MVB	0.34	0.08	4.40	0.21	0.52	0.22	0.52	0.00(**)
OT--PV--MVB	0.30	0.08	3.86	0.17	0.47	0.18	0.48	0.00(**)
CI--PV--MVB	0.36	0.07	4.80	0.23	0.52	0.23	0.53	0.00(**)
CA--ATO--MVB	0.33	0.07	4.99	0.21	0.47	0.21	0.47	0.00(**)
OT--ATO--MVB	0.25	0.07	3.68	0.13	0.40	0.14	0.41	0.00(**)
CI--ATO--MVB	0.30	0.07	4.66	0.17	0.43	0.18	0.44	0.00(**)
Standardized Direct Effects								
CA--MVB	-0.04	0.07	-0.54	-0.18	0.10	-0.18	0.10	0.57
OT--MVB	0.17	0.11	1.58	-0.02	0.39	-0.01	0.40	0.07
CI--MVB	0.04	0.10	0.43	-0.17	0.23	-0.17	0.22	0.67

Note: BC--bias corrected, standardized estimating of 5000 bootstrap samples.* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$

Discussion

This study makes six contributions to the film literature. First of all, because of the relative newness of original content movies in general and there is a dearth of research studies within that sphere. This study is the first to investigate the OBM-viewing behaviors from the perspective of Gen Z, which extend the scope of research related to China's OBM. Second, we developed and examined the modified model based on DTPB, which explained 65% of the variation in the viewing behavior of college students, enriching the application of the DTPB in viewing behavior.

Third, our empirical results revealed that increases in comparative advantages related to increases in college students' movie-viewing behavior. Compared with cinema, OBM viewing services and experience are more convenient, efficient, preferential, and richer, which affect college students' value judgments and attitudes towards OBMs, in turn leading to more active viewing behaviors, which extend Wood and O'Hare (2010) and McKechnie and Zhou (2003) works.

Fourth, our findings also show that if college students can be made to feel that OBM traits excellent, then can be enhanced their viewing behavior. Although a number of past studies have reviewed the relationship between film star and viewing behavior (Basuroy et al., 2003), this is the first work that concerning the influence of new and young film practitioners, who are the main force in the creative team of OBM (Zhang, 2018). According to statistics, in 2019, the proportion of works directed by newcomer directors accounted for 23% of the TOP100 OBMs, which is a significant increase by 9% from 2018 (12%), and both performed better than the average (China Industry, 2020).

Fifth, our results indicate that a stronger relationship between film crowdfunding and movie-viewing behavior (Su, 2017), which has proposed theoretically outcomes by previous scholars, but our work is the first empirical research to support it. Our findings will enable us to identify new production and distribution options for independent OBM filmmakers who operate outside the industry mainstream and must therefore utilize alternative financing sources – notably crowdfunding – which ramps up the pressure to deliver motion pictures that donor fans want to see.

Finally, our conclusions expand the work of Vincent and Basil (1997) by investigating perceived value as a mediator between three independent variables and movie-viewing behavior, and also extend Mackenzie et al. (1986) work by examining attitudes to OBMs as another mediator of impact above three paths. More specifically, this is the first work that examines the mediating roles of both perceived value and attitudes in the relationships between comparative advantages, film traits and film crowdfunding and movie-viewing behavior.

Limitations and directions for future research

This study has two limitations as follows. First, limitations in sampling and samples. The sample is particularly unbalanced in the distribution of gender and educational background, mainly concentrated in female undergraduates, which lead our findings are more applicable to female undergraduate groups but may not be applicable to groups with higher monthly living expenses and deeper subjective thinking (such as graduate students and doctoral students). In addition, since the survey was conducted through the Internet

during COVID-19 pandemic, and the lack of supervision and guidance on the questionnaire filling process may lead to consequences such as low data quality. Second, the research method is not perfect. This research is a cross-sectional study and the collection of sample data at a fixed time point, but OBM is a more practical concept, its characteristics will be continuously updated and expanded with the evolution of time and technology, as well as the respondents' subjective attitudes and emotions will also increase or decrease at different times, so our results can only be applied in the performance stage. We suggest that future research could address this issue by obtaining data from qualitative research and longitudinal research to strengthen the causal interpretation of the interacting relationship between platform comparative advantages, film traits, film crowdfunding and movie-viewing behavior in the context of OBM.

References

- Basuroy, S., Chatterjee, S., & Ravid, S. A. (2003). How critical are critical reviews? The box office effects of film critics, star power, and budgets. *Journal of Marketing*, 67(4), 103-117.
Available: <https://doi.org/10.1509/jmkg.67.4.103.18692>
- China Government. (2020, April 28). *Cyberspace Affairs of China. The 45th statistical report on the development of the Internet in China was released*.
Available: http://www.cac.gov.cn/2020-04/27/c_1589535470378587.htm
- China Industry. (2020, January 15). *China Industry Information. Analysis on the distribution quantity, investment cost and distribution trend of China's online film industry in 2019*.
Available: <http://www.chyxx.com/industry/202001/829486.html>
- Mackenzie, S. B., Lutz, R. J., & Belch, G. E. (1986). The role of attitude toward the ad as a mediator of advertising effectiveness: A test of competing explanations. *Journal of Marketing Research*, 23(2), 130-143. Available: <https://doi.org/10.2307/3151660>
- McKechnie, S. A., & Zhou, J. (2003). Product placement in movies: a comparison of Chinese and American consumers' attitudes. *International Journal of Advertising*, 22(3), 349-374.
Available: <https://doi.org/10.1080/02650487.2003.11072858>
- Su, L. (2017). Optimization analysis of fans realization on movie and television crowdfunding platform based on TRA theory. *Rural Economy and Science-Technology*, 28(14), 114-115.
Available: <https://doi.org/10.3969/j.issn.1007-7103.2017.14.079>
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). Decomposition and crossover effects in the theory of planned behavior: A study of consumer adoption intentions. *International Journal of Research in Marketing*, 12(2), 137-155. Available: <https://doi.org/10.1177/1094428107300344>
- Vincent, R. C., & Basil, M. D. (1997). College students' news gratifications, media use, and current events knowledge. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 41(3), 380-392.
Available: <https://doi.org/10.1080/08838159709364414>
- Wood, W. C., & O'Hare, S. L. (2010). Paying for the video revolution: consumer spending on the mass media. *Journal of Communication*, 41(1), 24-30.
Available: <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.1991.tb02290.x>

Zhang, L. (2018). *Existing problems and development countermeasures of Chinese online movies*.

Movie Literature, No.709(16), 19-21. Available: [https://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?](https://kns.cnki.net/kcms/detail/detail.aspx?dbcode=CJFD&dbname=CJFDLAST2018&filename=DYLX201816006&v=MzI1OTVGWW9SOG)

dbcode=CJFD&dbname=CJFDLAST2018&filename=DYLX201816006&v=MzI1OTVGWW9SOG

VYMUx1eFTN0RoMVQzcVRyV00xRnJDVVI3cWZidWRtRkN2blZMN0pJVFRIZHJHNEg5bk5xWTk=



RCIM
GRADUATE SCHOOL

หลักสูตร ทางเลือกใหม่สู่ความสำเร็จ

ปริญญาโท

- บริหารธุรกิจ (M.B.A.)
- รัฐประศาสนศาสตร์ (M.P.A.)
- นวัตกรรมการบริหารการศึกษา (M.Ed.)

เรียนจบภายใน
1ปีครึ่ง - 2ปี

ติดต่อสอบถามเพิ่มเติมได้ที่ ☎ 092-442-8000 🌐 @Rcim.rmutr 🌐 www.rcim.in.th

The Influence of Audience's Behavior Intention on the Box Office of China's New Mainstream Films

Qi Wu¹ and Eksiri Niyomsilp²

¹ PhD. Candidate in Management, School of Management, Shinawatra University

² Ph.D., Management, School of Management, Shinawatra University

E-mail: fiveseven5757@163.com, eksiri.n@siu.ac.th

Abstract

The purpose of this study is to explore why Chinese's new mainstream movie audiences are willing to watch such films reflecting national ideology. This paper uses the quantitative research method and constructs a conceptual framework based on the rational behavior theory. Through descriptive analysis, reliability, validity and regression analysis of the 420 valid questionnaires, this paper found that emotional catharsis, film features, self-demand and subjective norms have a positive impact on the box office of China's new mainstream films while marketing methods will have an opposite impact. The strongest reason for audiences to choose the movie is emotional catharsis.

Keywords: Chinese's new mainstream films, Audience's behavior intention, Box office

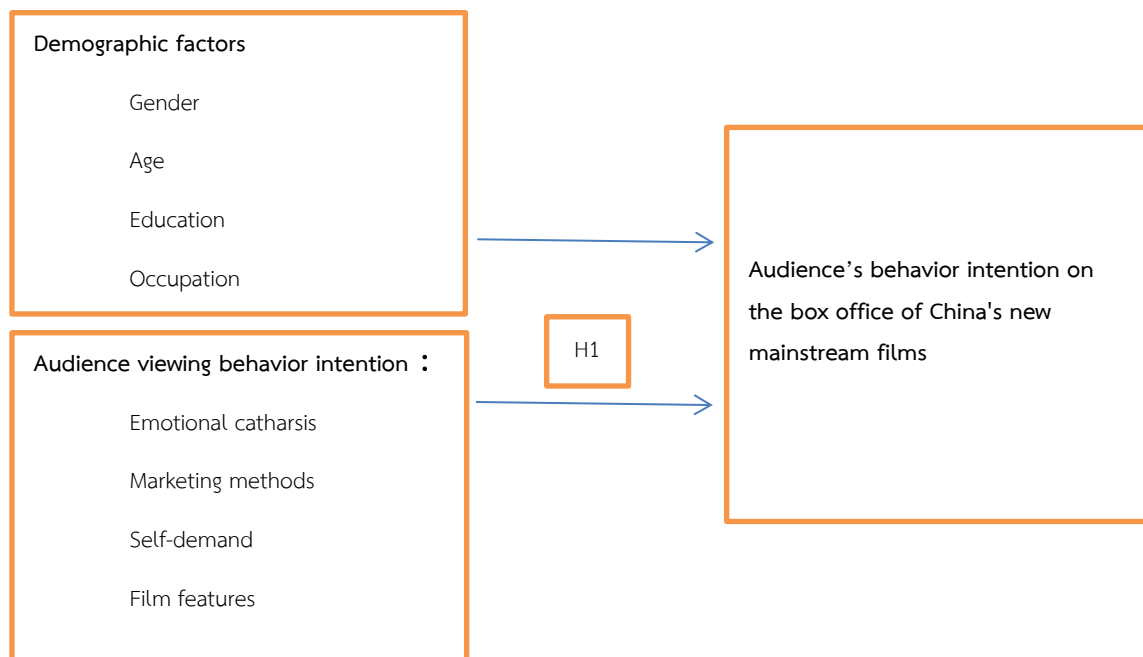
Introduction

At the present, Chinese's new mainstream films have two remarkable characteristics: it achieved a high box office and good public praise. On the other hand, this type of film plays a positive role in shaping national image. In China, "New mainstream film" is the continuation of "The theme film". Both of them have the functions of highlighting national culture, but the theme film publicity significance is strong, which is not easy to be accepted by the audience. New mainstream film began to seriously consider the audience demand, return on investment and other factors. The authors found that almost all of the new mainstream films were profitable. In the existing research, the research on new mainstream Films in China mainly focuses on the following aspects: firstly, the definition of the new mainstream film; Secondly, it analyzes the artistic characteristics of new mainstream films from the perspective of film ontology. Thirdly, suggestions and prospects for new mainstream films (Mei Yan, 2018). The research on the influencing factors of the film box office began in the west in the 1980s. American film economist Barry Litman established a basic method for the study of film box office (Barry Litman, 1989). However, the research on influencing factors of Chinese's film box office started relatively late, and the previous literature mostly studied the film box office through qualitative analysis. There are few studies from the perspective of audience behavior intention.

To sum up, this study intends to achieve the following objectives: 1) To study the influence of audience's behavior intention on the box office of Chinese's new mainstream films. 2) To study the influence degree of these factors. 3) To suggests for the development of China's new mainstream films.

Research Design

Conceptual Framework



Source: Designed by the author

Research Hypothesis

H: The audience viewing intention has a impact on Chinese's new mainstream films box office.

Research methods

The quantitative analysis method is used in this paper. The data of 420 audience were collected by questionnaire. According to the research purpose of this paper, the audiences of Chinese new mainstream films living in Taiyuan, Shanxi Province are selected as the subjects of the questionnaire survey. In the distribution process, considering that interviewees must have the experience of watching Chinese's new mainstream films, the author relied on the Film and Television Institute of Shanxi Communicate University and Shanxi Film Association for the distribution. Then, the SPSS 23.00 was used to test the reliability and validity, and the hypothesis was verified by regression analysis.

Analysis and Finding

After the pretest, the official questionnaire of this study was distributed on “the questionnaire star” APP, A total of 502 questionnaires were issued, 82 invalid questionnaires were removed, and a total of 420 valid questionnaires were collected, with an effective response rate of 83.67%.

Descriptive statistical analysis

Among the respondents in the questionnaire, there are slightly more women than men. The proportion of females and males was 57.57% and 42.43% respectively. In terms of age distribution, audiences in the three age groups of 19-29, 30-39, and 40-49 are evenly distributed, accounting for 32.47%, 25.3% and 28.49% respectively. Among them, the young audiences aged 19-29 account for the highest proportion; In terms of The highest record of formal schooling, 72.31% of the respondents had bachelor's degrees and 13.35% had master's degrees or above. In terms of occupation distribution, students and public institutions are the main audience, accounting for 23.51% and 54.38% respectively. According to the research report on Chinese's film industry 2018-2019 released by the Chinese's first entertainment industry information consultancy, over the past two years, audiences aged 19-49 have accounted for 87 %of Chinese film audiences, and 80 % of those with a bachelor's degree or above. From the data, the distribution of gender, age and occupation is basically reasonable.

Reliability and validity

The reliability analysis mainly reflects the stability of the questionnaire survey. When Cronbach's Alpha is greater than 0.8, it means that the reliability of the results is high. As can be seen from the table below, the questionnaire has high reliability.

Table 1 The Reliability

Variable	Cronbach's Alpha	N of Items	Total Cronbach's Alpha
Emotional catharsis	0.921	4	0.956
Marketing methods	0.830	4	
Film features	0.818	4	
Self-demand	0.832	4	
Subjective norms	0.895	4	
Buying tickets behavior	0.930	5	

Source: SPSS23.0 by author

Exploratory factor analysis is usually used to test the validity. The questionnaire should first pass KMO and Bartlett test to determine whether exploratory factor analysis can be continued. The questionnaire were between 0.7 and 0.9. The statistical significance of Bartlett test was 0.000, indicating that exploratory factor analysis could be conducted on the scale data.

Table 2 The exploration factor

Items	Exploration factor					
	1	2	3	4	5	6
Emotional catharsis1			.805			
Emotional catharsis2			.831			
Emotional catharsis3			.827			
Emotional catharsis4			.748			
Marketing methods1				.609		
Marketing methods2				.779		
Marketing methods3				.722		
Marketing methods4				.657		
Film features 1					.688	
Film features 2					.508	
Film features 3					.616	
Film features 4					.546	
Self-demand 1	.593					
Self-demand 2	.764					
Self-demand 3	.720					
Self-demand 4	.536					
Subjective norms 1						.613
Subjective norms 2						.767
Subjective norms 3						.747
Subjective norms 4						.675
Buying tickets behavior1		.698				
Buying tickets behavior2		.730				
Buying tickets behavior3		.819				
Buying tickets behavior4		.764				
Buying tickets behavior5		.771				
Cumulative %				69.917%		

Source: SPSS22.0 by author

From the above table, we can see that factor analysis produced a total of 6 factors. Consistent with the dimensions of the hypothesis. The cumulative explanatory variables reached 69.917%. Higher than the default reference standard. The factor loading of each item under its variables is above the ideal level of 0.5. It indicates that the scale has good validity and can effectively measure the problems.

Regression analysis

In order to further verify the research hypothesis, the multiple regression analysis method was used to explain the relationship between variables.

Table 3 The regression analysis

Model		B	Standard Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(constant)	.481	.145		3.308	.001		
	Emotional catharsis	.365	.039	.366	9.241	.000	.611	1.635
	Marketing methods	-.135	.042	-.150	-3.240	.001	.448	2.233
	Film feature	.280	.055	.277	5.089	.000	.325	3.073
	Self demand	.127	.050	.137	2.549	.011	.331	3.019
	Subjective norms	.227	.044	.259	5.139	.000	.380	2.633

a. Dependent variable: The behavior of buying tickets

ANOVAa

Model		Sum of squares		df	Mean square	F value
1	Regression	117.377		5	23.475	125.224
	Residual	77.611		414	.187	
	Total	194.988		419		
	R	R ²	AjustR ²	Standard estimated error		
	.776 ^a	.602	.597	.43297		

Source: SPSS22.0 by author

The multiple regression analysis shows that the significance of each variable is lower than 0.05, indicating that emotional catharsis, marketing methods, film features, self-demand and subjective norms all have an impact on the box office of Chinese's new mainstream films. It is worth noting that the Bate value of the marketing is negative, which indicates that the marketing method of new mainstream films doesn't have a positive impact on the box office. According to the film marketing theory, marketing has a positive impact on box office. The author reviews that the marketing methods of new mainstream films are weak, there are few opportunities to see movie stars and premieres before the release in Taiyuan, Shanxi Province. In addition, the adjustment coefficient of movie-watching behavior was 0.597, that is, the regression equation explained 59.7% of the total variation.

Conclusions

Summary of finding

According to the analysis of demographic variables of interviewees, it is found that: 1) There is no significant gender difference among audiences of new mainstream films; 2) The age distribution of new mainstream movie audiences in China is even. Although 18-29 years old are the main moviegoers in general, new mainstream films are also popular among 30-50 years old; 3) The number of new mainstream film audiences who work in the government and public institutions is relatively large.

According to the research on the behavior intention of Chinese's new mainstream film audiences, the author finds that:

1) The strongest reason for audiences to choose the movie is emotional catharsis". The B value is 0.365, which is the maximum. It indicated that Chinese's new mainstream films fit the strong desire of the Chinese people to enhance their international status and influence. This is the most important reason for the high box office of this genre.

2) The film marketing strategy has an impact on the box office of Chinese's new mainstream films, but the impact is in a negative direction. According to the film marketing theory, marketing has a positive impact on box office revenue. The author reviews that the marketing methods of new mainstream films in China are relatively weak, there are few opportunities to see movie stars, ticket discounts and premieres before the release in Taiyuan, Shanxi Province.

3) Film features were the second most important factor affecting ticket purchases. Among the factors of film features, the mean of the choice "movie story" is the highest, indicating that the narrative success of Chinese's new mainstream films is one of the important reasons affecting the box office.

4) Self demand and subjective norm all have a positive impact on the audience's choice of new mainstream Chinese films. The B values are .227 and .127 respectively. In the questionnaire, we can know that when everyone is talking about the heroes in the Chinese new mainstream films, those who has not watched the movie will lose the topic of establishing connections with others. The need to socialize with a sense of alienation drives more people enter the cinema. Therefore, the satisfaction of social needs is also an important reason for the audience to buy ticket.

Suggestions

By studying the movie-watching behavior intention, this paper puts forward the following Suggestions for the development of new mainstream movies in the future:

1) Arouse the patriotism of the audience

The new mainstream Chinese films provide an accurate reflection of the social operation in the present. Therefore, movies must adapt to the desires of the audience, Chinese's new mainstream films fit the strong desire of the Chinese people to enhance their international status and influence.

2) Pay attention to film narrative

In the face of global cultural vision, the new mainstream filmmakers need to master the narrative strategy favored by the audience, that is, to make the audience obtain some illusory sense of heroism and achievement through the film narration.

3) Meet audience's social needs

The new mainstream films should give the audience more things to talk about in life, which helps them to have a good social contact.

4) Use marketing strategies

The new mainstream films in China can establish a new concept of integrated marketing and improve the marketing ability and efficiency. It can be realized through a variety of ways, such as mixed packaging, premiere activities, promotion of film derivatives and new media advertising.

References

- Hongdi Nie. (2015). *An empirical study on the factors affecting the movie box office revenue in China*. Beijing Jiaotong University.
- Jialing Song. (2003). The crisis and the way of survival in theme films. *The Chinese films*, 2006(4), 53-56.
- John c. Owen. Michael S.M inor. (2003). *Consumer Behavior*. Beijing: Tsinghua university.
- Kunpeng Jia. (2018). The impact of movie release on the box office in China-- based on the investigation of domestic films in 2015-2016[D]. *Nanjing university of finance and economics*, 2018.
- Mei Yan. (2018). *The research of New mainstream film in China*. Hebei University.
- Michael R. Solomon. (2018). *Consumer Behavior*. Beijing: Renmin university of China.
- Nannan Cao. (2017). *Research on Arts consumer behavior of domestic big-budget movies*. Wuhan university of technology.
- Ning Ma. (2000). The real beginning of the new mainstream. *Contemporary Cinema*, 1999(2), 16-19.
- Shan Sang. (2019). *Study on influence of overseas imported movies on Chinese film audience consumption preference based on TRA Model*. ZheJiang university of communication.
- Stephen P. Robbins. (2003). *Management*. Beijing: Renmin university.
- William J. Byrnes. (2004). *Management and the arts*. Five Senses.
- Xiaoping Fan. (2014). *Research on the Motivation and behavior intention of superhero movie audience—take marvel movies as an example*. Jinan University.
- Yanru Ma. (2014). *Research on the influence of Internet word-of-mouth on film box office*. Capital university of economics and business.



RCIM
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

เปิดรับสมัคร
ปริญญาโท
M.B.A. / M.P.A.

สาขา
หัวหิน

092-442-8000 @rcim.rmutr @rcim_rmutr_rcim

รูปแบบการจัดบทความ วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ เป็นวารสารระดับชาติ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่และถ่ายทอดผลงานวิจัยและผลงานวิชาการด้านมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ และด้านอื่นๆ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย กำหนดเผยแพร่วารสาร ปีละ 3 ครั้ง (เดือนมกราคม-เมษายน พฤษภาคม-สิงหาคม และ กันยายน-ธันวาคม)

1. บทความวิจัย

ก. ส่วนปก ประกอบด้วย

1. ชื่อบทความ (Title) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรสั้นกะทัดรัด ชี้ถึงเป้าหมายหลักของการวิจัย
2. ชื่อผู้เขียนทุกท่าน (Authors) ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ให้ระบุเฉพาะชื่อและนามสกุล โดยไม่ต้องมีคำนำหน้านาม
3. ที่อยู่สำหรับการติดต่อ E-mail และโทรศัพท์
4. ตัวเลขยก ให้เขียนไว้บนนามสกุลเพื่อระบุว่าเป็นที่อยู่ของผู้เขียนท่านใด
5. บทคัดย่อ (Abstract) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรสั้นตรงประเด็น ครอบคลุมสาระสำคัญของการศึกษา
6. คำสำคัญ (Keywords) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ควรเลือกคำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับบทความ ที่สามารถนำไปใช้เป็นคำสืบค้นในระบบฐานข้อมูล (Keyword หากมีมากกว่า 1 คำ ให้เขียน Keywords)

ข. ส่วนเนื้อหา ประกอบด้วย

1. บทนำ (Introduction) เป็นส่วนของความสำคัญและมูลเหตุที่นำไปสู่การวิจัย พร้อมวัตถุประสงค์ และการสำรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง
2. วิธีการทดลอง (Materials and Methods) วิธีการศึกษา (Research Methodology) เป็นการอธิบายวิธีการดำเนินการวิจัยซึ่งขึ้นอยู่กับการวิจัยแต่ละประเภท
3. ผลการทดลองและวิจารณ์ผล หรือผลการศึกษาและอภิปรายผล (Results and Discussion) ควรเสนอผลอย่างชัดเจน ตรงประเด็น เป็นผลที่ค้นพบ โดยลำดับตามหัวข้อที่ศึกษา พร้อมการวิจารณ์ผล
4. สรุป (Conclusion) สรุปสาระสำคัญที่ได้จากการศึกษา
5. กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgements) กล่าวถึง บุคคลหรือหน่วยงานที่ช่วยเหลืองานวิจัย (อาจมีหรือไม่มีก็ได้)
6. เอกสารอ้างอิง (References) ต้องใช้ตามแบบที่วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการกำหนดอย่างเคร่งครัด และเขียนเอกสารอ้างอิง เฉพาะเอกสารที่นำมาอ้างอิงในเนื้อหาเท่านั้น

2. รูปแบบการพิมพ์บทความ

การตั้งค่าหน้ากระดาษ

- ระยะขอบ

ขอบบน (Top Margin) และขอบซ้าย (Left Margin) 2.5 ซม.

ขอบล่าง (Bottom Margin) และ ขอบขวา (Right Margin) 2.00 ซม.

- กระดาษ

ขนาดกระดาษ A4 (กำหนดเอง) ความกว้าง 19 ซม. ความสูง 27 ซม.

รูปแบบตัวอักษร

แบบตัวอักษรใช้ TH SarabunPSK เท่านั้น

หมายเลขหน้า

ตำแหน่ง ด้านล่าง กึ่งกลางหน้ากระดาษ ขนาดตัวอักษร 14

การย่อหน้า

เคาะ 8 ตัวอักษร พิมพ์ตัวที่ 9

จำนวนหน้าทั้งหมด

6 -12 หน้า

การพิมพ์ส่วนปก

พิมพ์เต็มหน้ากระดาษ (พิมพ์ 1 คอลัมน์)

การพิมพ์ส่วนเนื้อหา

พิมพ์ 1 คอลัมน์

ชื่อบทความ

ภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ ขนาดอักษร 18 (ตัวหนา)

จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ

ชื่อผู้เขียน

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16 (ตัวหนา)

ระหว่างชื่อกับนามสกุล เว้น 2 เคาะ จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ

ตัวเลขยกบนหลังนามสกุล

ขนาดตัวอักษร 16 (ตัวเลขยกบนหลังนามสกุล ใส่เฉพาะกรณี
มีผู้เขียนมากกว่า 1 คน และมีที่อยู่ต่างกัน)

ที่อยู่

ภาษาไทย ขนาดตัวอักษร 12 (ใส่ตัวเลขยกบนหน้าที่อยู่ ใส่
เฉพาะกรณีมีผู้เขียนมากกว่า 1 คน และมีที่อยู่ต่างกัน)

E-mail และโทรศัพท์

ขนาดตัวอักษร 12 (ตัวเอียง)

ชื่อบทคัดย่อ

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 18 (ตัวหนา)

จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ

เนื้อหาบทคัดย่อ

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14

ชื่อคำสำคัญ (Keyword)

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14 (ตัวหนา)

คำสำคัญ

ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14

ชื่อหัวเรื่องใหญ่

ประกอบด้วย 1. บทนำ 2. วิธีการทดลอง หรือ วิธีการศึกษา
3. ผลการทดลองและวิจารณ์ผลหรือผลการศึกษาและอภิปรายผล
4. สรุปผล 5. กิตติกรรมประกาศ

6. เอกสารอ้างอิง ขนาดตัวอักษร 18 (ตัวหนา) จัดชิดซ้าย

ชื่อหัวเรื่องรอง

ขนาดตัวอักษร 16 (ตัวหนา) จัดชิดซ้าย

ชื่อหัวเรื่องย่อ

ขนาดตัวอักษร 14 (ตัวหนา) ย่อ 4 ตัวอักษร พิมพ์ตัวที่ 5

เนื้อหาบทความ

ขนาดตัวอักษร 14 จัดกระจายแบบไทย

ชื่อตาราง

ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา อยู่ด้านบนของตาราง จัดชิดซ้าย

ชื่อภาพ ชื่อแผนภูมิ

ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา อยู่ใต้ภาพหรือแผนภูมิ จัดกึ่งกลาง

เนื้อหาในตาราง/ แผนภูมิ

ขนาดตัวอักษร 12

การอ้างอิง

ใช้รูปแบบ APA Style (6th ed.)

หมายเหตุ ต้นฉบับบทความที่น่าส่งจะต้องถูกต้องตามหลักเกณฑ์การเขียนที่กำหนดเท่านั้น มิฉะนั้นจะไม่ได้รับการพิจารณาดำเนินการประเมินบทความก่อนตีพิมพ์

ตัวอย่างการจัดรูปแบบบทความ

ชื่อบทความวิจัยภาษาไทย ชื่อบทความภาษาอังกฤษ ตัวอักษรแรกของคำต้องเป็นตัวใหญ่ ชื่อ-สกุลผู้เขียน

Name Lastname

หน่วยงานต้นสังกัด หรือสาขาที่ศึกษา

E-mail: และหมายเลขโทรศัพท์ สำหรับการติดต่อสื่อสาร

บทคัดย่อ

การเขียนบทคัดย่อภาษาไทย จะต้องจัดทำให้เป็น 1 ย่อหน้า โดยใช้แบบอักษร TH SarabunPSK 14 สรุปลการเขียนบทคัดย่อให้กะทัดรัดและได้ใจความ และคำสำคัญ ควรเลือกคำสำคัญจากชื่อบทความ ไม่ควรเกิน 4 คำ ระหว่างคำนั้น ให้เคาะวรรค 2 เคาะ

คำสำคัญ: ภาษาไทย

Abstract

การเขียนบทคัดย่อภาษาอังกฤษ จะต้องจัดทำให้เป็น 1 ย่อหน้า โดยใช้แบบอักษร TH SarabunPSK 14 สรุปลการเขียนบทคัดย่อให้กะทัดรัดและได้ใจความ และ Keyword ควรเลือกคำสำคัญจากชื่อบทความ ไม่ควรเกิน 4 คำ ระหว่างคำนั้น ให้ใช้เครื่องหมาย “,” ระหว่างคำ

Keywords: English

บทนำ

การเขียนบทนำในวารสารนั้น เทียบกับรายงานฉบับสมบูรณ์ คือ บทที่ 1 เป็นการนำบทที่ 1 มาสรุปให้ได้ใจความ เพราะเป็นส่วนของความสำคัญและมูลเหตุที่นำไปสู่การวิจัย พร้อมวัตถุประสงค์ และการสำรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง (เทียบกับรายงานฉบับสมบูรณ์ คือ บทที่ 2) ใช้แบบอักษร TH SarabunPSK 14

หัวข้อย่อย

หากมีหัวข้อย่อยให้ใช้แบบอักษร TH SarabunPSK 16 หนา ในหัวข้อย่อย ส่วนเนื้อหาให้ใช้ ฟอนต์ขนาด 14 และหากมีข้อย่อยลงมาให้ใช้ ฟอนต์ขนาด 14 หนา ตัวอย่างลักษณะการอ้างอิงแบบแทรกในเนื้อหา เช่น

สุชาติ บำรุงสุข (2547, หน้า 103-104) หรือ (สุชาติ บำรุงสุข, 2547, หน้า 103-104)

Brown (2001, p.70) หรือ (Brown, 2001, p.70)

Hair (2006, pp.19-20) หรือ (Hair, 2006, pp.19-20)

Hair and Anderson (2006, pp.19-20) หรือ (Hair and Anderson, 2006, pp.19-20)

Harrison, J., and others (1999, pp. 18-54) หรือ (Harrison, J., and others, 1999, pp. 18-54) สำหรับผู้แต่งมากกว่า 5 คนขึ้นไป

Katz and Tony, 1999 (อ้างถึงใน ยุคล เบ็ญจรงค์, 2550, หน้า 86)

วิธีดำเนินการวิจัย

การเขียนวิธีการทดลองหรือวิธีการศึกษาหรือวิธีการดำเนินการวิจัยในวารสารนั้น เทียบกับรายงานฉบับสมบูรณ์ คือ บทที่ 3 เป็นการนำบทที่ 3 มาสรุปให้ได้ใจความ เพราะเป็นการอธิบายวิธีการดำเนินการวิจัยซึ่งขึ้นอยู่กับการศึกษาแต่ละประเภท

ผลการวิจัย

การเขียนผลการทดลองและวิจารณ์ผลหรือผลการศึกษาในวารสารนั้น เทียบกับรายงานฉบับสมบูรณ์ คือ บทที่ 4 ซึ่งควรเสนอผลอย่างชัดเจน ตรงประเด็น เป็นผลที่ค้นพบ โดยลำดับตามหัวข้อที่ศึกษา

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การเขียนสรุปในวารสารนั้น เทียบกับรายงานฉบับสมบูรณ์ คือ บทที่ 5 เป็นการสรุปสาระสำคัญที่ได้จากการศึกษา พร้อมการอภิปรายผล หากผลการทดลองเป็นตาราง ให้อภิปรายตารางนั้นด้วย รวมถึงข้อเสนอแนะ ทั้งข้อเสนอจากการวิจัย และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

กิตติกรรมประกาศ (อาจมีหรือไม่มีก็ได้)

การเขียนกิตติกรรมประกาศในวารสารนั้นจะกล่าวถึงบุคคลหรือหน่วยงานที่ช่วยเหลืองานวิจัย ซึ่งไม่ใช่การเยินยอกันเอง

เอกสารอ้างอิง

ใช้รูปแบบ APA Style (6th ed.) มีวิธีดังนี้

1. การเรียงลำดับ ให้เรียงจากตัวอักษร ก-ฮ และ ตัวอักษร A -Z

2. การอ้างอิงประเภทหนังสือ (Book)

ชื่อ สกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. สถานที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

3. การอ้างอิงประเภทวารสาร (Journal)

ชื่อ สกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. ชื่อวารสาร, ปีที่(ฉบับที่), หน้าแรก-หน้าสุดท้ายของบทความ.

4. การอ้างอิงประเภทวิทยานิพนธ์/วิทยานิพนธ์ (Dissertation/Thesis)

ชื่อ สกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. หลักสูตรปริญญา, มหาวิทยาลัย.

5. การอ้างอิงประเภทเว็บไซต์ (Website)

ชื่อ สกุล ผู้แต่ง. (ปี พ.ศ.). ชื่อเรื่อง. เข้าถึงจาก <http://www.....> (สืบค้นเมื่อ วัน เดือน ปี พ.ศ.).

ชื่อ สกุล ผู้แต่ง. (ปี ค.ศ.). ชื่อเรื่อง. Available: <http://www.....> (เดือน วัน, ปี ค.ศ.).

3. การส่งบทความ

ให้ส่งต้นฉบับบทความออนไลน์ (ไฟล์ word) ผ่านระบบที่ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/RCIM>

4. ค่าธรรมเนียมการส่งบทความ

ชำระค่าธรรมเนียมบทความภาษาไทย บทความละ 3,500 บาท (สามพันห้าร้อยบาทถ้วน) บทความภาษาอังกฤษ บทความละ 5,000 บาท (ห้าพันบาทถ้วน)

โดยโอนเงินผ่านบัญชี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ (กองทุนวิทยาลัยบัณฑิตนวัตกรรม) ธนาคารกรุงไทย สาขาสาขลา เลขบัญชี 459-0-27094-3 ประเภทบัญชี ออมทรัพย์

นำส่งสลิปมายังอีเมล jami.rcim@rmutr.ac.th

3. หลักเกณฑ์การประเมินบทความเพื่อตอบรับการตีพิมพ์

กองบรรณาธิการจะพิจารณาบทความเบื้องต้น เกี่ยวกับความถูกต้องของรูปแบบทั่วไป ถ้าไม่ผ่านการพิจารณา จะส่งกลับไปแก้ไข ถ้าผ่านจะเข้าสู่การพิจารณาของผู้ประเมินจากภายนอก บทความละอย่างน้อย 2 ท่าน เมื่อผลการประเมินผ่านหรือไม่ผ่าน หรือมีการแก้ไขจะแจ้งผลให้ผู้เขียนทราบ

เมื่อบทความที่ได้รับการตีพิมพ์ ผู้เขียนจะได้รับวารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ฉบับที่นำบทความ ลงตีพิมพ์ผลงาน จำนวน 1 ฉบับ พร้อมหนังสือรับรองการตีพิมพ์บทความ

หมายเหตุ วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ ขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาตีพิมพ์

4. จริยธรรมการตีพิมพ์บทความในวารสาร

วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ ให้ความสำคัญกับการรักษามาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์เผยแพร่บทความ ดังนั้นจึงกำหนดให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์อย่างเคร่งครัด ดังนี้

บทบาทหน้าที่ของบรรณาธิการและกองบรรณาธิการ

1. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาและตรวจสอบบทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์กับวารสารทุกบทความ โดยพิจารณาความสอดคล้องของเนื้อหาบทความกับเป้าหมายและขอบเขตของวารสาร รวมถึงตรวจสอบคุณภาพบทความในกระบวนการประเมินคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์

2. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องใช้หลักการพิจารณาบทความโดยอิงเหตุผลทางวิชาการเป็นหลัก และต้องไม่มีอคติต่อผู้เขียนและบทความที่พิจารณาไม่ว่าด้วยกรณีใด

3. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียนหรือผู้ประเมิน ไม่ว่าจะเพื่อประโยชน์ในเชิงธุรกิจหรือนำไปเป็นผลงานทางวิชาการของตนเอง

4. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องไม่ปิดกั้น เปลี่ยนแปลง หรือแทรกแซงข้อมูลที่ใช้แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ประเมินและผู้เขียน

5. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องปฏิบัติตามกระบวนการและขั้นตอนต่าง ๆ ของวารสารอย่างเคร่งครัด

บทบาทหน้าที่ของผู้เขียน

1. บทความที่ผู้เขียนส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์หรือเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน
2. ผู้เขียนต้องทำการอ้างอิงให้ถูกต้องทุกครั้งเมื่อนำผลงานของผู้อื่นมานำเสนอหรืออ้างอิงประกอบในเนื้อหาของบทความของตนเอง และต้องไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่น
3. หากผลงานทางวิชาการของผู้เขียนเกี่ยวข้องกับการใช้สัตว์ ผู้เข้าร่วม หรืออาสาสมัคร หรือผลการวิจัยมีประเด็นที่เปราะบางต่อผู้ให้ข้อมูล ผู้เขียนควรดำเนินการตามหลักจริยธรรม ปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด รวมถึงต้องได้รับความยินยอมก่อนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลหรือแสดงเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น หนังสือรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หรือในสัตว์ ทดลองประกอบด้วยทุกครั้ง
4. ผู้เขียนต้องยินยอมโอนลิขสิทธิ์ให้แก่วารสารก่อนการตีพิมพ์ และไม่นำผลงานไปเผยแพร่หรือตีพิมพ์กับแหล่งอื่น ภายหลังจากที่ได้รับการตีพิมพ์กับวารสารนิตกรรมการบริหารและการจัดการแล้ว
5. ชื่อผู้เขียนที่ปรากฏในบทความต้องเป็นผู้ที่มีส่วนในบทความนั้นๆ จริง

บทบาทหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ

1. ผู้ประเมินต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียน การพิจารณาคุณภาพของบทความต้องคำนึงถึงคุณภาพบทความเป็นหลัก และพิจารณาบนหลักการและเหตุผลทางวิชาการโดยปราศจากอคติหรือความขัดแย้งส่วนตัว
2. ผู้ประเมินต้องตระหนักว่าตนเองเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาของบทความที่รับประเมินอย่างแท้จริง
3. ผู้ประเมินต้องไม่แสวงหาประโยชน์จากบทความที่ตนเองได้ทำการประเมิน
4. หากผู้ประเมินตรวจสอบพบว่าบทความที่รับประเมิน เป็นบทความที่คัดลอกผลงานชิ้นอื่น ๆ ผู้ประเมินต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบทันที พร้อมแสดงหลักฐานประกอบที่ชัดเจน
5. ผู้ประเมินต้องรักษาระยะเวลาประเมินตามกรอบเวลาประเมินที่วารสารกำหนด รวมถึงไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความให้ผู้อื่นได้รับรู้

แบบฟอร์มการส่งบทความวิจัย
วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

วันที่ เดือน พ.ศ.

1. ข้าพเจ้า นาย / นาง / นางสาว

2. ระดับการศึกษาสูงสุด

ตำแหน่งทางวิชาการ

3. ชื่อบทความ (ภาษาไทย)

(ภาษาอังกฤษ)

4. ชื่อผู้เขียนร่วม (1)

(2)

(3)

(4)

(5)

5. ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก

.....

.....

.....

.....

โทรศัพท์ มือถือ แฟกซ์

E-mail :

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อนและยินยอมว่าบทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ ถือเป็นลิขสิทธิ์ของวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ลงชื่อ

(.....)



RCIM

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

96 หมู่ 3 ถ.พุทธมณฑลสาย 5 ต.ศาลายา

อ.พุทธมณฑล จ.นครปฐม 73170

โทรศัพท์/โทรสาร 02-441-6067