



วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน

นโยบายข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล ชื่อและที่อยู่อีเมล ที่กรอกในเว็บไซต์วารสารวิชาการ การจัดการ
ภาครัฐและเอกชน จะใช้สำหรับวัตถุประสงค์ที่ระบุไว้ในงานวารสารเท่านั้นและจะไม่
เปิดเผยเพื่อวัตถุประสงค์ในกิจกรรมอื่น ๆ หรือให้กับบุคคลหรือหน่วยงานอื่นใดทราบ



วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน

Journal of Academic for Public and Private Management

วัตถุประสงค์

วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน จัดทำขึ้นเพื่อส่งเสริม เผยแพร่ผลงานวิชาการ ผลงานวิจัย บทความหนังสือ ด้านรัฐประศาสนศาสตร์ บริหารธุรกิจ มนุษย์ศาสตร์สังคมศาสตร์ บริหารการศึกษา คุศศาสตร์ศึกษาศาสตร์ และศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง

ชื่อวารสาร

ภาษาไทย : วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน

ภาษาอังกฤษ: Journal of Academic for Public and Private Management

Website: <https://www.tci-thaijo.org/index.php/appm>

ขอบเขต

วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน จะตีพิมพ์บทความที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ และที่เกี่ยวข้องกับ สาขาด้านรัฐประศาสนศาสตร์ บริหารธุรกิจ มนุษย์ศาสตร์สังคมศาสตร์ บริหารการศึกษา คุศศาสตร์ศึกษาศาสตร์

กำหนดพิมพ์

วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน ตีพิมพ์ปีละ 3 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 (มกราคม-เมษายน)

ฉบับที่ 2 (พฤษภาคม-สิงหาคม)

ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม)

บทความที่ตีพิมพ์ในวารสาร ได้รับการตรวจสอบทางด้านวิชาการ โดยผู้ทรงคุณวุฒิ ภายนอกตรงตามสาขา จำนวน 3 ท่าน แบบปกปิดสองทาง (double-blind) และบทความในวารสาร

ฉบับนี้เป็นความรับผิดชอบของเจ้าของบทความซึ่งกองบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย และการนำบทความในวารสารนี้ไปเผยแพร่สามารถทำได้ โดยระบุแหล่งอ้างอิงจากวารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน

เจ้าของ

ชมรมวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

สถานที่พิมพ์

สำนักพิมพ์ บัดดี ศรีเอช

40/315 หมู่ 11 ต.บางแม่นาง อ.บางใหญ่ จ.นนทบุรี

ที่ปรึกษาอาจารย์

รศ.ดร.อุดมวิทย์ ไชยสกุลเกียรติ	อธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ดร.ฟ้าใส สามารถ	รองอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ดร.วิวัฒน์ กรมดิษฐ์	ประธานชมรมวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
อาจารย์รพี ม่วงนนท์	ผู้อำนวยการวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

บรรณาธิการบริหาร

ผศ.ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด	มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
-----------------------	--------------------------

หัวหน้ากองบรรณาธิการ

ผศ.ดร.ภูมิภควัธน์ ภูมิพงศ์ศตร	วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
-------------------------------	--

กองบรรณาธิการ

รศ.ดร.สัญญา เคนาภูมิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
รศ.ดร.พิภพ วังเงิน	วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
รศ.ดร.ลักษมี งามมีศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
รศ.ดร.สุวิทย์ ภาณุจारी	วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ผศ.ดร.สาโรจน์ เพ่่วงศากุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
ผศ.ดร.สมชาย ดำเนิน	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ผศ.ดร.กาญจนา พันธุ์เยี่ยม	วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ผศ.ดร.จิตติมา ให้ง่ายอง

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ผศ.ดร.สุเชาว์ มีหนองหว้า

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ฝ่ายประสานงาน/ดำเนินการ

อาทิตยา พิพัฒน์พงศ์อำไพ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

แพรวพรรณ พระพานะ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

สมโภช ปินศรี

สถาบันเทคโนโลยีภาคตะวันออกแห่งสุวรรณภูมิ

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน

ห้อง 604 ชั้น 6

อาคารอนุรักษ์พลังงานและปฏิบัติการนวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

เลขที่ 96 หมู่ 3 ถนนพหลโยธินสาย 5 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170

โทรศัพท์: 094-9615665, 090-962-5431, 098-796-4993

Email:rcim@rmutr.ac.th

บทบรรณาธิการ

วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน (Journal of Academic for Public and Private Management) โดยชมรมวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ วารสารได้รับคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ในกลุ่มที่ 2 โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2565 ถึง วันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2568 ซึ่งปัจจุบันระบบการศึกษาในยุค 4.0 กำลังเผชิญกับความท้าทายด้าน “นวัตกรรมการเรียนรู้ยุคใหม่” ที่เกิดจากการเปลี่ยนผ่านการศึกษาเข้าสู่สังคมเศรษฐกิจฐานนวัตกรรมของการเรียนรู้ ซึ่งเน้นการสร้างนักวิจัยพันธุ์ใหม่ เพื่อให้เป็นกำลังคนที่มีสมรรถนะและคุณภาพสูงในการผลิตนวัตกรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการผลิตและการบริหารจัดการ ที่จะต้องใช้องค์ความรู้ในการขับเคลื่อนมากยิ่งขึ้น ทางวารสารจึงจำเป็นต้องเร่งปรับบทบาทของตนให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต เป็นแหล่งรวมความรู้และจินตนาการที่เน้นความคิดสร้างสรรค์ และเน้นการวิจัยที่มุ่งเป้าให้เป็นศูนย์บ่มเพาะและผลิตสำหรับงานวิจัยที่มีคุณภาพต่อไป

กองบรรณาธิการขอขอบคุณ ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ให้ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบทความให้เป็นไปตามมาตรฐาน เพื่อการพัฒนาวารสารเข้าสู่การรับรองคุณภาพจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) ต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภูมิภควิทย์ ภูมิพงศ์คชศร

บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความวิจัย

การเปรียบเทียบการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาประถมศึกษากระบี่

1

*Comparison of Internal Supervision in Opportunity Expansion School under the Office of
the Krabi Primary Educational Service Area*

อุษา งามมีศรี, ละมุล รอดขวัญ , ประกัน เมืองสุต , วรณรี ปานศิริ , จำรัส แจ่มจันทร์ ,
อมรรัตน์ พันธงาม

*Usa Ngammeesri, Lamun Roodkhuan, Prakan Muengsud, Wannaree Pansiri, Jumrat Jiamjan ,
Amornrat Panngam*

แนวทางการป้องกันและการแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชันตามทัศนะของประชาชน ในเขต
กรุงเทพมหานคร

18

*Means to Prevent and to Solve Corruption Based on the Opinions of the People
in Bangkok*

ชัยณรงค์ สิริพรปริดา , เนตรชนก สุนาสวน

Chainarong Siripornpreeda , Nedchanok Sunasuan

การตลาดแบบผสมทุกช่องทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอที ของผู้บริโภค
ในประเทศไทย

31

*The Affecting of Omni Channel Marketing Towards it Product Purchase Decision Making in
Thailand*

พิชญ์ ลาภชัยเจริญกิจ , ภาศิริ เขตปิยรัตน์ , กัลยรัตน์ คำพรหม

Pitsanu Lapchaicharoenkit , Pasiri Khetpiyarat , Kanyarat Kamprom

แนวทางการจัดการโรงแรมระดับ 5 ดาว เพื่อตอบสนองต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของ
นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา

47

*The Guidelines for Developing 5 Star Hotel Management to Revisits for Chinese Family
Tourists: Pattaya City Area*

ณัฐชานันท์ นุ่นมีสี , เทิดชาย ช่วยบำรุง

Natchanan Nunmeesee, Therdchai Choibamroong

การเสริมสร้างจิตสำนึกสาธารณะความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย ของ
นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

63

Fostering Public Consciousness Citizenship in Democracy of Students Phuket Rajabhat University

ประสงค์ โตนด, สุเชาว์วัน มีหนองหว้า, รัชยา ภักดีจิตต์, จูติมา ให้อย่าง

Prasong Tanod , Suchao Meenongwah , Rachaya Pakdeejit , Thitima Holmyong

ศักยภาพในการจัดการเชิงกลยุทธ์ของเทศบาลนครยะลาตามแนวทาง “การบริหาร
จัดการท้องถิ่นที่ดี” บนพื้นฐานหลักธรรมาภิบาล

78

*Strategic management potential of Yala City municipality according to the guidelines
"Good Local Management" based on Good Governance*

วัฒนา นนทชิต, อำนวย บุญรัตน์ไผ่, เนตรชนก สุนาสวน, กันณิศศิชา เนาว์เย็นผล,
ชนิษฐา แก้วกุล

*Wattana Nontachit, Amnuay Boonratmaitree, Nedchanok Sunasuan, Kunsasicha Nowyenphol,
Khanitha Kaewkul*

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพล ต่อความพึง
พอใจของลูกค้าบริษัทท่องเที่ยวอูตรดิตถ์จำกัด

91

Marketing Mix and Service Quality that Affect Customer Satisfaction of Hongyen Uttaradit Company Limited

ศรินภัสร์ ล้อมวลีรักษ์, ภาศิริ เขตปิยรัตน์, ศิริกานดา แหยมคง

Sarinphat Lomvaleerak, Pasiri Khetpiyarat , Sirikanda Yaemkong

การเปรียบเทียบภาวะผู้นำด้านการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของคนเจนเนอเรชั่นซี

106

Comparison of Generation Z Creative Problem Solving Leadership

ฉัตรพร เพ็ชรล้ำ, เพชรรัตน์ วิริยะสืบพงศ์, ศรัญญา แสงลิมสุวรรณ, ณฤดี พรหมสุวรรณ

Chatporn Petchlam , Petcharut Viriyasuebphong , Sarunya Sangelimsuwan

,Naruedee Promsuwan

การเสริมสร้างความสมานฉันท์กับการแก้ไขวิกฤตความขัดแย้ง ใน 3 จังหวัดชายแดน
ภาคใต้

121

Fostering Reconciliation and Solving the ConflictCrisis in The Three Southern Border Provinces

ประสงค์ โตนด, จูติมา ให้อย่าง, รัชยา ภักดีจิตต์ , สุเชาว์วัน มีหนองหว้า

Prasong Tanod ,Thitima Holmyong ,Rachaya Pakdeejit , Suchao Meenongwah

ส่วนประสมทางการตลาด และการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ การตัดสินใจซื้อ ที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิต	136
<i>Marketing Mix and Marketing Communications Influencing Consumers' Decision to Buy Residences in Uttaradit</i>	

กรรชกร ประเสริฐ, ชัชชัย สุจริต, ภาศิริ เขตปิยรัตน์

Kunchakorn Prasert, Chatchai Sucharit, Pasiri Khetpiyarat

สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง	149
<i>The competency of professional accountant in digital era in order to develop accounting office quality in Rayong province</i>	

จารุพร พฤกธารา, รัชนีภรณ์ คณะพูล, กาญจนา ผลาผล

Jaruporn Pruekthara, Ratchaneeporn Khanapool, Kanchana Phalaphon

การพัฒนาการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง	168
<i>Development of quality management in the cosmeceutical industry</i>	

มาลี มีแสงพันธ์, ชัชวาล แสงทองล้วน, ฐิติมา ให้อย่าง, สุพัตรา ยอดสุรางค์

Malee Meesangpant, Chatchawal Sangthongluan, Thitima Holumyong, Suphattra Yodsurang

การพัฒนารูปแบบการจัดการขยะพลาสติกในจังหวัดสมุทรปราการ ตามหลักเศรษฐกิจ หมุนเวียน	195
<i>The Development of Plastic Waste Management Model in Samut Prakan Province Based of The Circular Economy</i>	

สายน เปื่อยา, สมพร เฟื่องจันทร์, เพ็ญศรี ฉิรินัง, อุดมวิทย์ ไชยสกุลเกียรติ

Sayan Pueaya, Somporn Fuangchan, Pensri Chirinang, Udomvit chaisakulkiat

บทความวิชาการ

ทิศทางการตลาดของอุตสาหกรรมสับประรดกระป๋องเพื่อการส่งออกของไทย	183
<i>Market direction of canned pineapple industry for export of Thailand</i>	

สุทัตตา ตันเจริญ, กาญจนา พันธุ์เอี่ยม, ชัชวาล แสงทองล้วน, อธิษฐ์ สิริวรสิรา

Sutatta Toncharoen, Kanjana Punoiam, Chatchawal Sangthongluan, Atitat Sirawaritsara

อิทธิพลของสมดุลชีวิตกับการทำงาน ต่อความตั้งใจลาออก และความตั้งใจคงอยู่กับ
องค์กร ในกลุ่มบุคลากรภาคการศึกษา สมดุลชีวิตกับการทำงาน ความตั้งใจลาออก
และคงอยู่ของบุคลากรภาคการศึกษา

210

*The Impact of Work–Life Balance on Turnover and Retention Intention among Academics
in Education Sector*

จรัมพร ให้อย่าง, ศิรินันท์ กิตติสุขสถิต

Charamporn Holomyong, Sirinan Kittisuksathit

การเปรียบเทียบการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษาประถมศึกษากระบี่

Comparison of Internal Supervision in Opportunity Expansion School under the
Office of the Krabi Primary Educational Service Area

อุษา งามมีศรี¹, ละมุล รอดขวัญ², ประกัน เมืองสุต³, วรณรี ปานศิริ⁴,
จรัส แจ่มจันทร์⁵ และ อมรรัตน์ พันธงาม⁶

Usa Ngammeesri¹, Lamun Roodkhuan², Prakan Muengsud³, Wannaree Pansiri⁴,
Jumrat Jiamjan⁵ and Amornrat Panngam⁶

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์^{1,2,4,5,6}

โรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 37 จังหวัดกระบี่³

College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Thailand ^{1,2,4,5,6}

Rajapranugroh 37 School, Krabi, Thailand ³

E-mail: ¹ngammeesri@gmail.com; ²rodkhwan.la@gmail.com; ³rpk37school@gmail.com;

⁴wannareepan@rmutrl.ac.th; ⁵pbru2554@hotmail.com

Retrieved September 10, 2022; Revised September 25, 2022; Accepted September 29, 2022

DOI: 10.14456/jappm.2022.16

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสตามทัศนะของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากระบี่ ตามตัวแปร เพศ ขนาดโรงเรียน และประสบการณ์ในการทำงาน รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แนวคิดการนิเทศภายในของโรงเรียนของ Glickman เป็นกรอบการวิจัย พื้นที่วิจัย คือ โรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากระบี่ กลุ่มตัวอย่าง คือ ครูในโรงเรียนขยายโอกาส จำนวน 254 คน ใช้วิธีคัดเลือกแบบแบ่งชั้นภูมิ โดยใช้ขนาดโรงเรียนในการแบ่งชั้น จากนั้นการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่ ความแปรปรวนทางเดียว และสถิติอ้างอิง ได้แก่ ค่าเอฟ

ผลการวิจัย พบว่า ทัศนะของครูเกี่ยวกับการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาส โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี และการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสตามทัศนะของครูตามตัวแปรเพศ ขนาดโรงเรียน และประสบการณ์ในการทำงาน โดยภาพรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน มีเพียงด้านการวิจัยในชั้นเรียนที่ครูที่มีประสบการณ์การทำงานต่ำกว่า 5 ปี กับครูที่มีประสบการณ์การทำงาน

5-10 ปี มีทัศนคติต่อการนิเทศภายในแตกต่างกัน โดยครูที่มีประสบการณ์การทำงานต่ำกว่า 5 ปี มีทัศนคติต่อการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสมากกว่า

องค์ความรู้จากงานวิจัยนี้ คือ การพัฒนาทางวิชาชีพครูแต่ละคนต้องมีโอกาสในการเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อการสนับสนุนการประกอบวิชาชีพของตนและทำให้บรรลุเป้าหมายของวิชาชีพ และครูในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของโรงเรียนต้องทำความเข้าใจ เรียนรู้ใช้ทักษะความรู้และโปรแกรมการพัฒนา ร่วมกันที่จะให้บรรลุเป้าหมายของโรงเรียน และการพัฒนาทางวิชาชีพ

คำสำคัญ: การนิเทศภายในโรงเรียน; โรงเรียนขยายโอกาส; สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากระบี่

Abstract

This article aimed to compare the internal supervision in opportunity expansion school under the Office of the Krabi Primary Educational Service Area. This study employed a quantitative approach. Data were collected from questionnaires administered with 254 opportunity expansion school's teachers. The data were statistically analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, and one-way ANOVA.

The research results were found that the teacher's attitude level about the internal supervision was rated as good overall and the comparison of the opinions of teachers on the internal supervision in opportunity expansion school based on gender, school size, and work experience did not have a different. Only in classroom research was that teachers with less than 5 years of work experience and teachers with 5-10 years of work experience had different opinions, teachers with less than 5 years of work experience had more attitude level on opportunity expansion school supervision.

The new body of knowledge from this research was that each teacher's professional development requires a wide range of learning opportunities to support his/her professional practice and achieve professional goals, teachers as part of the school must understand learn to use skills, knowledge and joint development programs to achieve school goals and professional development.

Keywords: Internal Supervision; Opportunity Expansion School; the Office of the Krabi Primary Educational Service Area

บทนำ

กระบวนการที่จะทำให้การจัดการศึกษาของสถานศึกษาเกิดคุณภาพนั้นควรจะต้องประกอบด้วย กระบวนการบริหาร กระบวนการเรียนการสอน และกระบวนการนิเทศการศึกษา การนิเทศการศึกษาเป็นภารกิจที่จำเป็นต่อการจัดการศึกษาเป็นสิ่งที่ต้องอาศัยความร่วมมือจากทุก ๆ ฝ่ายในการดำเนินงาน โดยให้ความสำคัญในด้านการพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอน ดังจะเห็นได้จากเหตุผลความจำเป็นในหลายประการ เช่น ประการแรก ความเปลี่ยนแปลงของสังคม ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ ที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว บุคลากรในหน่วยงานทางการศึกษาจำเป็นต้องปรับปรุงตนเองให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อจะได้ปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการนิเทศการศึกษาเป็นกระบวนการที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อช่วยเหลือและพัฒนางานให้ทันต่อสภาพความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ประการที่สอง ในหน่วยงานทางการศึกษาทุกระดับมีเป้าหมายในการปฏิบัติงานร่วมกันคือ พัฒนาคุณภาพการศึกษา ซึ่งจำเป็นต้องใช้กระบวนการบริหาร กระบวนการเรียนการสอน และกระบวนการนิเทศ เพื่อจะได้ช่วยส่งเสริม สนับสนุนการทำงานซึ่งกันและกัน การนิเทศการศึกษาจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยเหลือสนับสนุนให้กระบวนการบริหาร และกระบวนการเรียนการสอนมีคุณภาพถึงระดับที่พึงประสงค์ และประการสุดท้าย มาตรฐานการศึกษาของประเทศจำเป็นต้องมีการรักษาและควบคุมคุณภาพให้ได้ตามมาตรฐาน และกระบวนการนิเทศศึกษาก็มีขอบข่ายการปฏิบัติงานที่มุ่งเน้นการควบคุมมาตรฐานการศึกษาโดยตรง จะเห็นว่าการนิเทศการศึกษามีความสำคัญต่อการพัฒนา ปรับปรุง และเพิ่มประสิทธิภาพการศึกษาในสถานศึกษา ให้ครูมีความรู้ ความเข้าใจในหลักสูตร สามารถจัดการเรียนการสอนได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการบริหารจัดการ การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนและปัญหาอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษา

การนิเทศศึกษาดำเนินการได้ 2 ลักษณะ คือ การนิเทศภายนอกและการนิเทศภายใน แต่เดิมการนิเทศการศึกษาเป็นหน้าที่ของศึกษานิเทศก์และผู้บริหารการศึกษา ครูเป็นเพียงผู้รับการนิเทศ แต่เนื่องจากศึกษานิเทศก์มีจำนวนจำกัด สถานศึกษาแต่ละแห่งมีความต้องการที่ไม่เหมือนกัน จึงเป็นการยากที่ศึกษานิเทศก์ซึ่งอยู่ภายนอกสถานศึกษาจะรู้สภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริง (สงัด อุทรานันท์, 2550 อ้างถึงใน สุนันทา สบายวรรณ, 2555) การนิเทศเป็นขอบข่ายงานหนึ่งของการบริหารงานวิชาการ ซึ่งเน้นให้ความช่วยเหลือครูและบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษา แนะนำ และชี้ช่องทางในลักษณะที่เป็นกันเองให้แก่ครู (ชาญชัย อาจีนสมาจาร, 2547) โดยสำนักงานรับรองมาตรฐานและการประกันคุณภาพการศึกษา (สมศ.) ได้กำหนดให้การนิเทศภายในเป็นส่วนหนึ่งของการประเมินภายนอก ตามวิธีการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา (กรทอง จิรเดชากุล, 2550) ตามขอบข่ายการบริหารงานภายในงานนิเทศภายในสถานศึกษาแนวคิดของ Glickman; Gordon & Ross-Gordon อ้างถึงใน รุ่งชัชดาพร เวหะชาติ (2551) 5 งาน ได้แก่ การให้ความช่วยเหลือแก่ครูโดยตรง การพัฒนาทางวิชาชีพ การพัฒนาทักษะการทำงานกลุ่ม การพัฒนาหลักสูตรและการวิจัยเชิงปฏิบัติการในชั้นเรียน การนิเทศ

ภายในสถานศึกษาจึงมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งต่อการจัดการเรียนรู้และการพัฒนาคุณภาพการศึกษา

บทความวิจัยนี้นำเสนอผลการเปรียบเทียบการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากระบี่ รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แนวคิดการนิเทศภายใน 5 ด้านของ Glickman (1990) ที่ได้จัดขอบข่ายงานนิเทศภายในของสถานศึกษาไว้ว่า ประกอบด้วย การให้ความช่วยเหลือแก่ครูโดยตรง การพัฒนาทางวิชาชีพ การพัฒนาทักษะการทำงานกลุ่ม การพัฒนาหลักสูตร และการวิจัยเชิงปฏิบัติการในชั้นเรียน พื้นที่วิจัย คือ โรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากระบี่ กลุ่มตัวอย่าง คือ ครูในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากระบี่ ใช้วิธีคัดเลือกแบบสุ่มอย่างง่าย เพื่อให้ทราบปัญหาและแนวทางแก้ไขการนิเทศภายในของโรงเรียนตามทัศนะของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากระบี่ ได้แนวทางในการนิเทศภายในของโรงเรียนตามทัศนะของครูในโรงเรียน และสามารถนำผลการวิจัยไปปรับปรุงการนิเทศภายในโรงเรียนของตนเอง เพื่อให้การจัดการเรียนการสอนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อเปรียบเทียบการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสตามทัศนะของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากระบี่ ตามตัวแปร เพศ ขนาดโรงเรียน และประสบการณ์ในการทำงาน

สมมติฐานการวิจัย

การนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสตามทัศนะของครู มีความแตกต่างกันตามตัวแปร เพศ ขนาดโรงเรียน และประสบการณ์ในการทำงาน

การทบทวนวรรณกรรม

จากทฤษฎีเกี่ยวกับการนิเทศการศึกษาตามแนวคิดของ Glickman (1990) ที่ได้กล่าวถึงการนิเทศการศึกษาของครูและบุคลากรทางการศึกษา ซึ่งอยู่ในความรับผิดชอบของผู้บริหารสถานศึกษา เพื่อให้บรรลุภารกิจของสถานศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ Glickman ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับงานนิเทศภายในสถานศึกษา สรุปได้ว่า เป็นการให้ความช่วยเหลือแก่ครูโดยตรง คือ การให้ความช่วยเหลือครูเพื่อช่วยให้ครูช่วยเหลือตนเองในการปรับปรุงการสอน รวมทั้งการช่วยเหลือในเรื่องอื่น ๆ ด้วยแนวทางการให้ความช่วยเหลือแก่ครูโดยตรง เพื่อให้ครูได้รับข้อมูลย้อนกลับ เกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอน ด้วยวิธีนิเทศแบบต่าง ๆ เช่น การนิเทศแบบคลินิก การนิเทศแบบเพื่อนนิเทศเพื่อน เป็นต้น ในงานนิเทศภายในสถานศึกษานี้ผู้บริหารสถานศึกษามีความสำคัญ เพราะเป็นภารกิจที่สำคัญอย่างหนึ่งของผู้บริหารสถานศึกษาที่จะต้องพัฒนาบุคลากรในโรงเรียนให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหาร

สถานศึกษาจะต้องสนใจและเอาใจใส่ในการช่วยเหลือครู โดยการตรวจแผนการสอน ให้คำปรึกษา แนะนำเกี่ยวกับกาจัดกิจกรรมการเรียนการสอน การสังเกตการณ์สอน และการวัดประเมินผลการเรียนการสอน เป็นสำคัญ ด้วยแนวคิดนี้ผู้วิจัยจึงนำมาเป็นแนวทางหลักในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

อย่างไรก็ตามมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนิเทศภายในโรงเรียนจำนวนมาก โดยผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยสรุป คือ การวิจัยเรื่อง การพัฒนาแนวทางการนิเทศภายในแบบมีส่วนร่วม สำหรับสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 1 พบว่า การพัฒนาแนวทางการนิเทศภายในแบบมีส่วนร่วมสำหรับสถานศึกษาขนาดเล็ก มี 3 องค์ประกอบ คือ 1) หลักการนิเทศภายในแบบมีส่วนร่วมมี 4 หลักการ คือ (1) หลักการเสริมพลังอำนาจ (2) หลักการพัฒนาศักยภาพบุคลากร (3) หลักการมีส่วนร่วม และ (4) หลักการพัฒนาคุณภาพของงาน 2) กระบวนการนิเทศภายใน มีดังนี้ (1) การวางแผนการนิเทศ (2) การให้ความรู้ความเข้าใจในการทำงาน (3) การลงมือปฏิบัติงาน (4) การสร้างเสริมกำลังใจ และ (5) การประเมินผลการปฏิบัติงาน และ 3) ประสิทธิภาพของการนิเทศภายใน ประกอบด้วย (1) ผลการพัฒนาบรรลุเป้าหมายทั้งด้านความรู้ ความสามารถและเจตคติที่ดีต่อรูปแบบการทำวิจัยในชั้นเรียน (2) ความพึงพอใจของครูต่อแนวทางการนิเทศภายในแบบมีส่วนร่วม (สำเร็จ ยุทธชัย และคณะ, 2560) ขณะที่ กิตติศักดิ์ อังคะนาวิณ (2561) ได้วิจัยเรื่อง รูปแบบการนิเทศภายในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1 พบว่า สภาพปัจจุบันการนิเทศภายในสถานศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับปานกลางและปัญหาการนิเทศภายในสถานศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก รูปแบบการนิเทศภายในสถานศึกษา ประกอบด้วย 5 ด้าน 1) ด้านการสำรวจความต้องการและความจำเป็น 2) ด้านการวางแผนการนิเทศ 3) ด้านการดำเนินการนิเทศ 4) ด้านการประเมินและรายงานผลการนิเทศ และ 5) ด้านการขยายผลยกย่องและเชิดชูเกียรติ ผลการประเมินรูปแบบการนิเทศภายในสถานศึกษา พบว่า มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฮาซานะห์ บินมะฮู และคณะ (2561) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาชุดฝึกปฏิบัติการและการนิเทศแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการสอนอ่านเชิงวิพากษ์ของครูผู้สอนวิชาภาษาอังกฤษระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 2 พบว่า ประสิทธิภาพของชุดฝึกปฏิบัติการและการนิเทศแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการสอนอ่านเชิงวิพากษ์มีประสิทธิภาพสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ คือ $88.75/87.50$ ด้านความรู้ความเข้าใจก่อนและหลังการฝึกปฏิบัติการที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 13.20 , $S.D. = 1.93$ หลังการฝึกปฏิบัติการที่ระดับคะแนนเฉลี่ย 17.50 , $S.D. = 0.96$ ความคิดเห็นของครูต่อชุดฝึกปฏิบัติการและคู่มือการนิเทศแบบมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมาก และพฤติกรรมการสอนการอ่านเชิงวิพากษ์ของครูพัฒนาในเชิงบวก การศึกษาในครั้งนี้สามารถชี้แนะการสอนการอ่านเชิงวิพากษ์ในต่างบริบท และต่างรายวิชาได้ ในส่วนของการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการปัจจัยที่ส่งผลต่องานนิเทศภายใน พบว่า 1) ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันของการบริหารจัดการปัจจัยที่ส่งผลต่องานนิเทศภายในของโรงเรียนในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย คือ การบริหารงบประมาณ การบริหารวัสดุในการดำเนินงาน การบริหารบุคลากร กระบวนการจัดการ 2) แนวทางการบริหารจัดการปัจจัยที่ส่งผลต่องานนิเทศภายในของโรงเรียนมีแนวทาง

ปฏิบัติ คือ ด้านการบริหารงานบุคคล เร่งรัดการนิเทศกำกับติดตามพัฒนาบุคลากร ช่วยเหลือครูบรรจุใหม่ กระบวนการนิเทศแบบมนุษยสัมพันธ์ กัลยาณมิตร ร่วมจัดทำแผนปฏิบัติงานประจำปี ด้านการบริหารงบประมาณ ปฏิรูปการจัดสรรงบประมาณ ยึดหยุ่นงบประมาณตามโครงสร้าง แผนงาน โครงการ และกิจกรรมหลักตามความจำเป็น ส่งเสริมการนำนวัตกรรมมาปรับใช้ ด้านการบริหารวัสดุในการดำเนินงาน ปรับปรุง ดูแลระบบงานพัสดุโรงเรียน จัดหาวัสดุอุปกรณ์เพื่อใช้ในการปฏิบัติงาน ด้านกระบวนการจัดการ ปรับปรุงงานบริหารทั่วไป ติดตามผลการดำเนินงานนิเทศ สร้างวิสัยทัศน์ที่ดีร่วมกัน และ 3) ผลการประเมินคุณภาพของแนวทางการบริหารปัจจัยที่ส่งผลต่องานนิเทศภายในของโรงเรียนนาโบสถ์พิทยาคม อำเภอวังเจ้า จังหวัดตากในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ข้อที่มีค่ามากที่สุด คือ ด้านความเป็นประโยชน์ (สุกัจฉรา กาใจ, 2562) และเมื่อพูดถึงบทบาทการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนประถมศึกษา มีการวิจัยที่สรุปได้ว่า 1) บทบาทการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนประถมศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก 2) การเปรียบเทียบบทบาทการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนประถมศึกษาจำแนกตามระดับการศึกษา ประสบการณ์ ในการทำงาน และขนาดของสถานศึกษา พบว่า ครูที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีทัศนะต่อบทบาทการนิเทศภายในของ ผู้บริหารสถานศึกษาในภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการวิจัยเชิง ปฏิบัติการในชั้นเรียน แตกต่างกัน ครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีทัศนะต่อบทบาทการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ครูที่ปฏิบัติงานในสถานศึกษาที่มีขนาดต่างกัน มีทัศนะต่อบทบาทการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน (อภิสร่า กังสังข์, 2561)

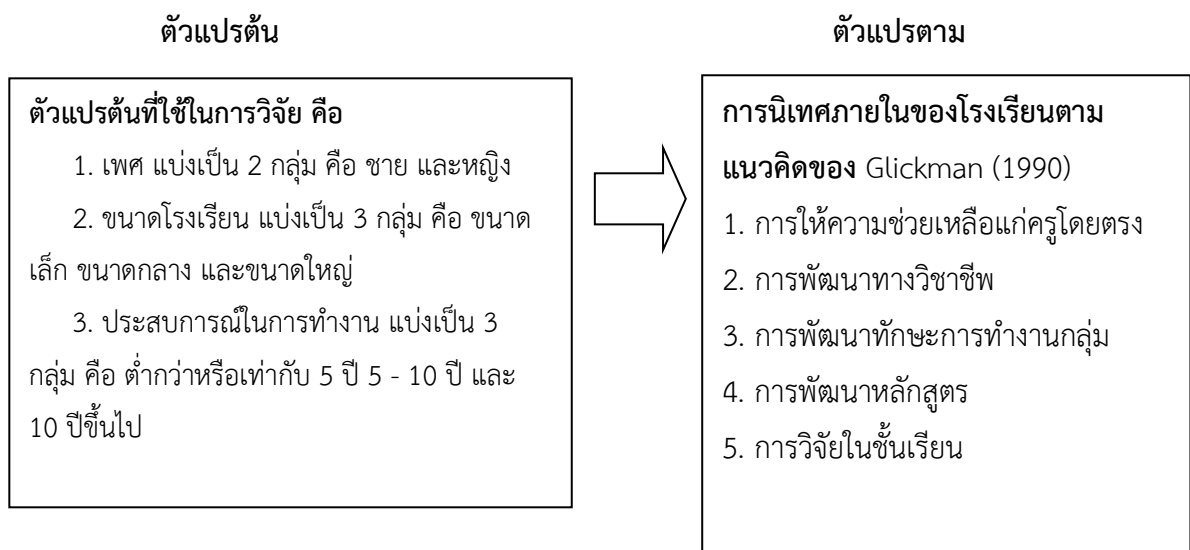
ในส่วนของการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการนิเทศภายในโรงเรียนของต่างประเทศ Rawls (1973) ได้พัฒนาชุดทฤษฎีเชิงบรรทัดฐานที่อธิบายอย่างละเอียดเกี่ยวกับหลักการของความยุติธรรม ซึ่งอยู่ภายใต้การปกครองของสถาบันทางสังคม รวมทั้งโรงเรียนซึ่งเป็นสถานทางสังคมด้วยเช่นกัน การใช้ทฤษฎีเหล่านี้ควรใช้หลักการเฉพาะและปรับแนวทางสำหรับการนิเทศตามแต่ละโรงเรียน ขณะที่ Malone and Crowston (1994) กล่าวถึงการประสานงานเพื่อให้เกิดการนิเทศสามารถถูกมองว่า เป็นกระบวนการของการจัดการการพึ่งพาหะหว่างกิจกรรมต่าง ๆ ภายในโรงเรียน ดังนั้น ความคืบหน้าเพิ่มเติมของการนิเทศควรเป็นไปได้โดยการกำหนดลักษณะการพึ่งพาประเภทต่าง ๆ และระบุกระบวนการประสานงานที่สามารถใช้เพื่อจัดการสิ่งเหล่านี้ได้ มีการวิเคราะห์กระบวนการที่หลากหลายจากมุมมองนี้ และมีการระบุความคล้ายคลึงกันในการนิเทศของสาขาวิชาต่าง ๆ นอกจากนี้ Tilahun (1998) อ้างถึงใน ปนัดดา ศิริพัฒน์กุล (2550) ได้ศึกษาการจัดกิจกรรมการนิเทศภายในที่พึงประสงค์ของประเทศเอธิโอเปีย พบว่า การจัดกิจกรรมการนิเทศภายในสถานศึกษาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยคือการฝึกอบรมแนะนำ การฝึกปฏิบัติการสาธิตการสอนโดยศึกษานิเทศก์การประชุมกลุ่มย่อยของครูการเยี่ยมชั้นเรียน การสังเกตการสอนครูศึกษานิเทศก์ นักวิชาการมีความเห็น สอดคล้องกันว่าการจัดกิจกรรมการนิเทศภายในสถานศึกษาจัดอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งไปในทางเดียวกับงานวิจัยของ Lee (1999) อ้างถึงใน ปนัดดา ศิริพัฒน์กุล (2550) ที่พบว่า คู่มือ

นิเทศการสอนในชั้นเรียนของครูใหญ่ ผู้บริหารควรนิเทศการสอนและควรเพิ่มทักษะเกี่ยวกับการใช้หลักสูตรให้กับครูผู้สอน รวมถึงการใช้กลยุทธ์ในการร่วมมือกันในการนิเทศ

การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นยืนยันได้ว่า การนิเทศภายในสถานศึกษาเป็นกระบวนการที่สำคัญในการบริหารงานของสถานศึกษาที่มีผลต่อการพัฒนาคุณภาพนักเรียน เพราะเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้ครูภายในสถานศึกษาสามารถปฏิบัติงานที่ตนเองรับผิดชอบได้ประสบผลสำเร็จ จึงจำเป็นที่ผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องอาศัยกระบวนการขั้นตอนในการดำเนินงานที่ดี เพื่อให้การนิเทศภายในบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายตามแผนงานที่วางไว้ และเป็นที่มาของการคัดเลือกตัวแปรที่กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการนิเทศภายในของโรงเรียนตามกรอบการนิเทศของ Glickman (1990) จึงได้สังเคราะห์ตัวแปรและกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ซึ่งการนิเทศภายในของโรงเรียนตามแนวคิดของ Glickman ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ 1) การให้ความช่วยเหลือแก่ครูโดยตรง 2) การพัฒนาทางวิชาชีพ 3) การพัฒนาทักษะการทำงานกลุ่ม 4) การพัฒนาหลักสูตร และ 5) การวิจัยในชั้นเรียน จากแนวคิดดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยสามารถเขียนเป็นแผนภาพประกอบแนวความคิดในการวิจัยได้ ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัย คือ โรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากระบี่ ประชากร คือ ครูในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา

ประถมศึกษากระบี่ จำนวน 757 คน จาก 44 โรงเรียน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากระบี่, 2563, น.4) กลุ่มตัวอย่าง คือ ครูในโรงเรียนขยายโอกาส จำนวน 254 คน โดยผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำเร็จรูปของ Krejcie & Morgan (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จำนวน 254 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบแบ่งชั้นภูมิ โดยใช้ขนาดโรงเรียนในการแบ่งชั้น จากนั้นสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสตามทัศนะของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากระบี่ มีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ ตามแบบของ Likert (1967) ตามกรอบการนิเทศของ Glickman (1990) 5 ด้าน คือ 1) การให้ความช่วยเหลือแก่ครูโดยตรง 2) การพัฒนาทางวิชาชีพ 3) การพัฒนาทักษะการทำงานกลุ่ม 4) การพัฒนาหลักสูตร และ 5) การวิจัยในชั้นเรียน ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัยด้วยการหาค่า IOC (Index of Intend-Objective Congruence) ของแต่ละข้อ พบว่า โดยรวมมีค่าเท่ากับ .980 และค่าความเชื่อมั่นโดยใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (α -Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbac, 1951) ของแบบสอบถาม ทั้งฉบับเท่ากับ 0.927 และค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามแต่ละด้าน คือ 1) การให้ความช่วยเหลือแก่ครูโดยตรง เท่ากับ .940 2) การพัฒนาทางวิชาชีพ เท่ากับ .913 3) การพัฒนาทักษะการทำงานกลุ่ม เท่ากับ .910 4) การพัฒนาหลักสูตร เท่ากับ .931 และ 5) การวิจัยในชั้นเรียน เท่ากับ .942 รวบรวมข้อมูลโดยการส่งแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง และขอความร่วมมือให้ผู้ตอบกรอกแบบสอบถามให้เรียบร้อย จำนวน 254 ชุด โดยผู้วิจัยดำเนินการส่งและเก็บรวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง การเก็บรวบรวมแบบสอบถามคืนมาจำนวน 216 ชุด คิดเป็นร้อยละ 85.04 จัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที่ ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ระดับการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสตามทัศนะของครู โดยรวมและรายด้าน ได้แก่ การให้ความช่วยเหลือแก่ครูโดยตรง การพัฒนาทางวิชาชีพ การพัฒนาทักษะการทำงานกลุ่ม การพัฒนาหลักสูตร และการวิจัยเชิงปฏิบัติการในชั้นเรียน พบว่า การนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสตามทัศนะของครู โดยภาพรวม ระดับทัศนะของครูอยู่ในระดับดี ($\bar{X} = 4.15$, $S.D. = .29$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านระดับทัศนะของครูอยู่ในระดับดี สำหรับด้านการให้ความช่วยเหลือแก่ครูโดยตรง มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.20$, $S.D. = .26$) ระดับทัศนะของครูอยู่ในระดับดี รองลงมาคือ การพัฒนาทางวิชาชีพ ($\bar{X} = 4.16$, $S.D. = .22$) ระดับทัศนะของครูอยู่ในระดับดี ด้านการวิจัยในชั้นเรียน ($\bar{X} = 4.16$, $S.D. = 0.26$) ระดับทัศนะของครูอยู่ในระดับดี ด้านการพัฒนาหลักสูตร ($\bar{X} = 4.16$, $S.D. = 0.39$) ระดับทัศนะของครูอยู่ในระดับดี และด้านการพัฒนาทักษะการทำงานกลุ่ม มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X} = 4.09$, $S.D. = 0.31$) ระดับทัศนะของครูอยู่ในระดับดี ตามลำดับ

ผลการเปรียบเทียบการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสตามทัศนะของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากระบี่ ตามตัวแปรเพศ ขนาดโรงเรียน และประสบการณ์ในการทำงาน ดังแสดงในตารางที่ 1 – 4

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสตามทัศนะของครูตามตัวแปรเพศ

ทัศนะของครู	เพศ	($\bar{X}$)	S. D.	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig
การให้ความช่วยเหลือแก่ครู	ชาย	4.20	.26	ระหว่างกลุ่ม	.000	1	.00	.01	.945
	หญิง	4.19	.27	ภายในกลุ่ม	15.400	214	.07		
	รวม				15.400	215			
การพัฒนาทางวิชาชีพ	ชาย	4.14	.21	ระหว่างกลุ่ม	.019	1	.01	.40	.533
	หญิง	4.17	.23	ภายในกลุ่ม	10.596	214	.05		
	รวม				10.616	215			
การพัฒนาทักษะกระบวนการกลุ่ม	ชาย	4.06	.27	ระหว่างกลุ่ม	.032	1	.03	.34	.562
	หญิง	4.19	.32	ภายในกลุ่ม	20.605	214	.10		
	รวม				20.637	215			
การพัฒนาหลักสูตร	ชาย	4.12	.41	ระหว่างกลุ่ม	.056	1	.06	.37	.544
	หญิง	4.17	.39	ภายในกลุ่ม	32.381	214	.15		
	รวม				32.437	215			
การวิจัยในชั้นเรียน	ชาย	4.17	.25	ระหว่างกลุ่ม	.002	1	.00	.03	.857
	หญิง	4.16	.27	ภายในกลุ่ม	14.709	214	.07		
	รวม				14.711	215			
รวม	ชาย	4.14	.22	ระหว่างกลุ่ม	.010	1	.01	.20	.659
	หญิง	4.16	.23	ภายในกลุ่ม	10.919	214	.15		
	รวม				10.929	215			

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสตามทัศนะของครู ตามตัวแปรเพศ โดยภาพรวมและรายด้าน ครูที่มีเพศต่างกันมีทัศนะต่อการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสทั้งโดยภาพรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสตามทักษะของครูตามตัวแปรขนาดโรงเรียน

ทักษะของครู	ขนาดโรงเรียน	($\bar{X}$)	S. D.	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig
การให้ความช่วยเหลือแก่ครู	เล็ก	4.11	.35	ระหว่างกลุ่ม	.085	1	.09	1.19	.277
	กลาง	4.20	.26	ภายในกลุ่ม	15.32	214	.07		
	รวม				15.40	215			
การพัฒนาทางวิชาชีพ	เล็ก	4.11	.29	ระหว่างกลุ่ม	.031	1	.03	.63	.430
	กลาง	4.17	.22	ภายในกลุ่ม	10.59	214	.05		
	รวม				10.61	215			
การพัฒนาทักษะกระบวนการกลุ่ม	เล็ก	3.90	.38	ระหว่างกลุ่ม	.40	1	.40	4.18	.042*
	กลาง	4.09	.30	ภายในกลุ่ม	20.24	214	.10		
	รวม				20.64	215			
การพัฒนาหลักสูตร	เล็ก	3.94	.45	ระหว่างกลุ่ม	.51	1	.51	3.42	.066
	กลาง	4.17	.38	ภายในกลุ่ม	31.93	214	.15		
	รวม				32.44	215			
การวิจัยในชั้นเรียน	เล็ก	3.94	.26	ระหว่างกลุ่ม	.50	1	.50	7.54	.007**
	กลาง	4.17	.26	ภายในกลุ่ม	14.20	214	.07		
	รวม				14.71	215			
รวม	เล็ก	4.00	.27	ระหว่างกลุ่ม	.24	1	.24	4.78	.030*
	กลาง	4.16	.22	ภายในกลุ่ม	11.70	214	.05		
	รวม				11.93	215			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสตามทักษะของครู ตามตัวแปรขนาดโรงเรียน ครูที่ปฏิบัติงานในโรงเรียนขนาดเล็กและขนาดกลางมีทักษะโดยภาพรวมต่อการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านการให้ความช่วยเหลือแก่ครูโดยตรง ด้านการพัฒนาทางวิชาชีพ และด้านการพัฒนาหลักสูตรไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าครูที่ทำงานในโรงเรียนที่มีขนาดต่างกันมีทักษะต่อการนิเทศไม่แตกต่างกัน สำหรับด้านการพัฒนาทักษะกระบวนการกลุ่ม และด้านการวิจัยในชั้นเรียน ครูที่ทำงานในโรงเรียนขนาดเล็กและขนาดกลางมีทักษะต่อการนิเทศแตกต่างกัน โดยสรุป ด้านการพัฒนาทักษะกระบวนการกลุ่มโรงเรียนขนาดกลางมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าโรงเรียนขนาดเล็ก เท่ากับ 4.09 และด้านการวิจัยในชั้นเรียนพบว่าโรงเรียนขนาดกลางมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าโรงเรียนขนาดเล็กเช่นกัน เท่ากับ 4.17

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสตามทัศนะของครูตามตัวแปรประสบการณ์

ทัศนะของครู	ประสบการณ์	($\bar{X}$)	S. D.	แหล่งความแปรปรวน	SS	Df	MS	F	Sig
การให้ความช่วยเหลือแก่ครู	ต่ำกว่า/เทียบเท่า 5 ปี	4.22	.24	ระหว่างกลุ่ม	.30	2	.09	2.08	.128
	5-10 ปี	4.16	.31	ภายในกลุ่ม	15.11	213	.15		
	10 ปีขึ้นไป	4.24	.22				.07		
	รวม				15.40	215			
การพัฒนาทางวิชาชีพ	ต่ำกว่า/เทียบเท่า 5 ปี	4.14	.19	ระหว่างกลุ่ม	.05	2	.02	.49	.616
	5-10 ปี	4.17	.26	ภายในกลุ่ม	10.57	213	.05		
	10 ปีขึ้นไป	4.18	.20						
	รวม				10.62	215			
การพัฒนาทักษะกระบวนการกลุ่ม	ต่ำกว่า/เทียบเท่า 5 ปี	4.08	.26	ระหว่างกลุ่ม	.07	2	.04	.36	.696
	5-10 ปี	4.07	.38	ภายในกลุ่ม	20.57	213	.10		
	10 ปีขึ้นไป	4.11	.24						
	รวม				20.64	215			
การพัฒนาหลักสูตร	ต่ำกว่า/เทียบเท่า 5 ปี	4.13	.39	ระหว่างกลุ่ม	.15	2	.08	.50	.611
	5-10 ปี	4.14	.40	ภายในกลุ่ม	32.29	213	.15		
	10 ปีขึ้นไป	4.19	.38						
	รวม				32.44	215			
การวิจัยในชั้นเรียน	ต่ำกว่า/เทียบเท่า 5 ปี	4.19	.26	ระหว่างกลุ่ม	.57	2	.29	4.30	.015*
	5-10 ปี	4.10	.29	ภายในกลุ่ม	14.14	213	.07		
	10 ปีขึ้นไป	4.21	.22						
	รวม				14.71	215			
รวม	ต่ำกว่า/เทียบเท่า 5 ปี	4.15	.20	ระหว่างกลุ่ม	.14	2	.07	1.36	.259
	5-10 ปี	4.13	.26	ภายในกลุ่ม	10.79	213	.05		
	10 ปีขึ้นไป	4.18	.19						
	รวม				10.93	215			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ผลการเปรียบเทียบการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสตามทัศนะของครูตามตัวแปรประสบการณ์ โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการให้ความช่วยเหลือแก่ครูโดยตรง ด้านการพัฒนาทางวิชาชีพ ด้านการพัฒนาทักษะกระบวนการกลุ่ม และด้านการพัฒนาหลักสูตร ไม่แตกต่างกัน สำหรับด้านการวิจัยในชั้นเรียน แตกต่างกัน ส่วนคู่ที่แตกต่างก็นำไป

เปรียบเทียบเชิงซ้อน (multiple comparison) โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบพหุคูณ โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ด้านการวิจัยในชั้นเรียนตามตัวแปรประสบการณ์

ทักษะของครู	ประสบการณ์	(X̄)	ประสบการณ์		
			ต่ำกว่า/ เทียบเท่า 5 ปี	5-10 ปี	10 ปีขึ้นไป
			4.19	4.10	4.21
ด้านการวิจัยในชั้นเรียน	ต่ำกว่า/เทียบเท่า 5 ปี	4.19	-	.075	.611
	5-10 ปี	4.10	-	-	.005
	10 ปี ขึ้นไป	4.21	-	-	-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า การเปรียบเทียบพหุคูณ โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) ด้านการวิจัยในชั้นเรียนตามตัวแปรประสบการณ์ โดยเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD ในภาพรวมมีความแตกต่างกัน 1 คู่ คือ ประสบการณ์ต่ำกว่า/เทียบเท่า 5 ปี และ 10 ปีขึ้นไป ขึ้นไป หมายความว่า ครูที่มีประสบการณ์ต่ำกว่า/เทียบเท่า 5 ปี มีทักษะต่อการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสมากกว่า

อภิปรายผลการวิจัย

1) ระดับทักษะของครูเกี่ยวกับการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาส โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน คือ (1) ด้านการให้ความช่วยเหลือแก่ครูโดยตรง ผู้บริหารทำการนิเทศด้วยตนเอง มีการให้คำปรึกษาและแนะนำการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เหมาะสมกับเนื้อหาของกลุ่มสาระการเรียนรู้ที่สอน และให้คำปรึกษา แนะนำเกี่ยวกับการใช้สื่อประกอบการจัดการเรียนรู้ (2) ด้านการพัฒนาทางวิชาชีพ มีการเชิญวิทยากรภายนอกมาให้ความรู้เกี่ยวกับการทำผลงานทางวิชาการ สนับสนุนให้ครูเสนอผลงานทางวิชาการเพื่อสร้างความก้าวหน้าในวิชาชีพ และการประเมินผลการปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างผู้บริหารสถานศึกษา ครูและบุคลากรทางการศึกษา (3) ด้านการพัฒนาทักษะการทำงานกลุ่ม มีการสร้างปฏิสัมพันธ์ของครู โดยใช้กิจกรรมต่าง ๆ ตามโอกาสอันควร การสร้างบรรยากาศการนิเทศภายในโรงเรียน และให้คำปรึกษา แนะนำได้เมื่อมีข้อสงสัย ด้านการพัฒนาหลักสูตร มีการประชาสัมพันธ์การใช้หลักสูตรสถานศึกษาอย่างเป็นรูปแบบ การมีส่วนร่วมในการนิเทศ ติดตามและประเมินผลการใช้หลักสูตรสถานศึกษา และสนับสนุนให้มีการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง และ (5) ด้านการวิจัยในชั้นเรียน มีส่งเสริมการพัฒนาเอกสารและอำนวยความสะดวกทางวิชาการ การเชิญวิทยากรจากภายนอกมาให้ความรู้เกี่ยวกับการทำวิจัยในชั้นเรียน และการให้คำปรึกษา แนะนำและให้ความรู้ เรื่องการจัดทำวิจัยในชั้น

เรียน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของกิติมา ปรีดิสิก (2541) กล่าวว่า การนิเทศการศึกษาเป็นกระบวนการชี้แนะ แนะนำและให้ความร่วมมือต่อกิจกรรมของครูในการปรับปรุงการเรียนการสอน เพื่อให้บรรลุผลตามจุดหมายที่วางไว้ และสอดคล้องกับแนวคิดของสำนักงานคณะกรรมการการประถมศึกษาแห่งชาติ (2541) ได้กล่าวได้ว่า การนิเทศเป็นการส่งเสริม สนับสนุน หรือให้ความช่วยเหลือครูในโรงเรียนให้ประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงานตามภารกิจ คือ การสอน หรือการสร้างเสริมพัฒนาการของนักเรียนทุกด้าน ทั้งทางร่างกาย สติปัญญา จิตใจ อารมณ์ และสังคม ให้เต็มตามวัยและตามศักยภาพ โดยความร่วมมือของบุคลากรในโรงเรียน

2) ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสตามทัศนะของครูตามตัวแปร เพศ ขนาดโรงเรียน และประสบการณ์ในการทำงาน คือ (1) ครูที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนะต่อการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสโดยภาพรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลการศึกษาของเมธิณี สระไร (2560) รายงานผลการศึกษาเรื่อง การนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มสหพัฒนา อำเภอรือเสาะ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นราธิวาส เขต 1 พบว่า การเปรียบเทียบการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา จำแนกตามเพศภาพรวมไม่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับการศึกษาของอภิสร่า กังสังข์ (2561) รายงานผลการศึกษาเรื่อง บทบาทการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนประถมศึกษา ในอำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา ครูที่ปฏิบัติงานในสถานศึกษาที่มีขนาดต่างกัน มีทัศนะต่อบทบาทการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน และให้ผลเช่นเดียวกับการศึกษาของบุษิตา จันทรสิงค์โท (2560) รายงานการวิจัยเรื่อง บทบาทการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 1 พบว่า เมื่อพิจารณารายด้าน โดยรวมไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่ามีความแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสตามทัศนะของครูเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนให้มีคุณภาพ และเกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุดแก่ผู้เรียน สถานศึกษาทั้งขนาดเล็กและขนาดกลาง จึงทุ่มเทให้กับการนิเทศภายในเป็นอย่างมาก เพื่อที่จะให้สามารถยกระดับคุณภาพสถานศึกษาของตนเองให้มีมาตรฐานสูงสุด ด้วยเหตุผลดังกล่าวการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสตามทัศนะของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากระบี่ ในสถานศึกษาที่แตกต่างกัน มีทัศนะต่อการนิเทศภายในไม่แตกต่างกัน (3) ประสบการณ์ในการทำงาน โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้านสำหรับด้านการวิจัยในชั้นเรียน แตกต่างกัน ได้นำคู่ที่แตกต่างกันไปเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple Comparison) โดยวิธีการทดสอบแบบ Least Significant Difference (LSD) พบว่า ครูที่มีประสบการณ์การทำงานต่ำกว่า 5 ปี มีทัศนะต่อการนิเทศภายในกับครูที่มีประสบการณ์การทำงาน 5-10 ปี ในภาพรวมไม่มีความแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ อภิสร่า กังสังข์ (2561) รายงานผลการศึกษาเรื่อง บทบาทการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนประถมศึกษา ในอำเภอสะบ้าย้อย จังหวัดสงขลา พบว่า ครูที่มีประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน มีทัศนะต่อบทบาทการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา โดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน แต่ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของเมธิณี สระไร (2560)

รายงานผลการศึกษาเรื่อง การนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มสหพัฒนา อำเภอรือเสาะ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานราธิวาส เขต 1 พบว่า การเปรียบเทียบการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา จำแนกตามประสบการณ์ โดยภาพรวมแตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ครูที่มีประสบการณ์การทำงานต่างกัน สามารถใช้ความรู้ในการวางแผนการจัดการเรียนการสอนอย่างเป็นแบบแผนเพื่อให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตามจุดประสงค์ที่กำหนด สามารถแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ในการทำวิจัยหรือนำผลการวิจัยมาแก้ปัญหาด้านการจัดการเรียนการสอนได้ สอดคล้องกับแนวคิดของ นักวิชาการศึกษา ได้กล่าวว่า การวิจัยเชิงปฏิบัติการในชั้นเรียน เน้นกระบวนการให้ได้ข้อมูล เพื่อนำผลวิจัยไปปรับปรุงการสอนของครู เป็นการค้นหาปัญหาเกี่ยวกับการเรียนการสอน วางแผนเก็บรวบรวมข้อมูล โดยกำหนดชนิดของข้อมูลที่ต้องการ วิธีการรวบรวมข้อมูล และแหล่งหรือทรัพยากรที่จำเป็นในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ประเมินผล วิเคราะห์ แปลผล เปรียบเทียบกับเป้าหมาย จุดประสงค์ และสรุป อภิปราย (Glickman; Gordon & Ross-Gordon, 2007 อ้างถึงใน พัทรินทร์ ชัยศิริ, 2554)

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การพัฒนาทางวิชาชีพครูแต่ละคนต้องมีโอกาสในการเรียนรู้ที่หลากหลายเพื่อการสนับสนุนการประกอบวิชาชีพของตนและการทำให้บรรลุเป้าหมายของวิชาชีพ และครูในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของโรงเรียน ต้องทำความเข้าใจ เรียนรู้ใช้ทักษะความรู้และโปรแกรมการพัฒนาร่วมกันที่จะให้บรรลุเป้าหมายของโรงเรียน และการพัฒนาทางวิชาชีพ ด้านการพัฒนาหลักสูตร สถานศึกษาที่ประสบความสำเร็จครูต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับการพัฒนาหลักสูตรโดยต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักสูตรตั้งแต่จุดมุ่งหมายของหลักสูตร เนื้อหาของหลักสูตร การจัดการหลักสูตร และสามารถนำหลักสูตรไปสู่กระบวนการเรียนการสอนในชั้นเรียนและสอดคล้องกับสภาพการณ์ต่าง ๆ ของสถานศึกษา ผู้นิเทศและครูต้องทำงานร่วมกันในการพิจารณาวัตถุประสงค์ของหลักสูตรศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับเนื้อหาหลักสูตรและรูปแบบของหลักสูตรที่มีความเหมาะสมกับผู้เรียนเพิ่มทางเลือก สำหรับด้านการวิจัยปฏิบัติการ เป็นการศึกษาอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับสภาพที่เกิดขึ้นในชั้นเรียนและสถานศึกษาและแสวงหาแนวทางในการพัฒนาการเรียนการสอน

สรุป

1) ระดับทักษะของครูเกี่ยวกับการนิเทศภายในของโรงเรียนขยายโอกาส โดยภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน คือ (1) ด้านการให้ความช่วยเหลือแก่ครูโดยตรง ผู้บริหารทำการนิเทศด้วยตนเอง มีการให้คำปรึกษาและแนะนำการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เหมาะสมกับเนื้อหาของกลุ่มสาระการเรียนรู้ที่สอน และให้คำปรึกษา แนะนำเกี่ยวกับการใช้สื่อประกอบการจัดการเรียนรู้ (2) ด้านการพัฒนาทางวิชาชีพ มีการเชิญวิทยากรภายนอกมาให้ความรู้เกี่ยวกับการทำผลงานทางวิชาการ สนับสนุนให้ครูเสนอ

ผลงานทางวิชาการเพื่อสร้างความก้าวหน้าในวิชาชีพ และการประเมินผลการปฏิบัติงานร่วมกันระหว่างผู้บริหารสถานศึกษา ครูและบุคลากรทางการศึกษา (3) ด้านการพัฒนาทักษะการทำงานกลุ่ม มีการสร้างปฏิสัมพันธ์ของครู โดยใช้กิจกรรมต่าง ๆ ตามโอกาสอันควร การสร้างบรรยากาศการนิเทศภายในโรงเรียนและให้คำปรึกษา แนะนำได้เมื่อมีข้อสงสัย ด้านการพัฒนาหลักสูตร มีการประชาสัมพันธ์การใช้หลักสูตรสถานศึกษาอย่างเป็นรูปแบบ การมีส่วนร่วมในการนิเทศ ติดตามและประเมินผลการใช้หลักสูตรสถานศึกษา และสนับสนุนให้มีการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง และ (5) ด้านการวิจัยในชั้นเรียน มีส่งเสริมการพัฒนาเอกสารและอำนวยความสะดวกทางวิชาการ การเชิญวิทยากรจากภายนอกมาให้ความรู้เกี่ยวกับการทำวิจัยในชั้นเรียน และการให้คำปรึกษา แนะนำและให้ความรู้ เรื่องการจัดทำวิจัยในชั้นเรียน

2) ผลการเปรียบเทียบการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสตามทัศนะของครู ตามตัวแปร เพศ ขนาดโรงเรียน และประสบการณ์ในการทำงาน คือ (1) ครูที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนะต่อการนิเทศภายในโรงเรียนขยายโอกาสโดยภาพรวมและในแต่ละด้านไม่แตกต่างกัน (2) ขนาดโรงเรียน โดยภาพรวมแตกต่างกัน (3) ประสบการณ์ในการทำงาน โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณารายด้าน สำหรับด้านการวิจัยในชั้นเรียนที่ครูที่มีประสบการณ์การทำงานต่ำกว่า 5 ปี กับครูที่มีประสบการณ์การทำงาน 5–10 ปี มีทัศนะต่อการนิเทศภายในแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้บริหารควรให้ความช่วยเหลือครูในด้านการพัฒนาการสอน ตลอดจนการส่งเสริมให้บุคลากรทุกคนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายการนิเทศภายในโรงเรียนอย่างต่อเนื่องและจัดหาวัสดุ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการจัดการเรียนรู้ให้บุคลากรอย่างเพียงพอ ตลอดจนการสร้างขวัญและกำลังใจให้ครูโดยการชื่นชมและเยี่ยมชั้นเรียนอย่างสม่ำเสมอ และควรส่งเสริมสนับสนุนให้ครูพัฒนาตนเอง โดยการเข้ารับการอบรมการประชุมสัมมนาทางวิชาการ มีการปฐมนิเทศครูเพื่อรับทราบนโยบายที่เกี่ยวข้องทางการศึกษา สนับสนุนและจัดหาเอกสารทางวิชาการใหม่ ๆ มีความทันสมัย ทันต่อเหตุการณ์ปัจจุบัน ให้ครูได้ศึกษาค้นคว้าอย่างต่อเนื่อง ด้วยการสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานทั้งภายในภายนอกสถานศึกษา เพื่อลดความขัดแย้งภายในกลุ่มโดยกระบวนการทำงานเป็นทีม ส่งเสริมให้บุคลากรยอมรับแบบแผนและปฏิบัติตามกฎเฉพาะขององค์กร ให้ครูยอมรับซึ่งกันและกัน โดยการสร้างความตระหนักความเข้าใจในกระบวนการทำงาน ให้ยึดวัตถุประสงค์ขององค์กรเป็นหลัก และควรสนับสนุนด้านขวัญและกำลังใจแก่ครู นอกจากนี้ควรส่งเสริมสนับสนุนให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการระดมความคิดเห็นจากคณะครูในการสรุปการประเมินผลเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาหลักสูตร และสนับสนุนให้ครูเข้าร่วมการประเมินผลการใช้หลักสูตรสถานศึกษาเพื่อปรับปรุงและพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง สำหรับการวิจัยในชั้นเรียน ผู้บริหารควรมีการสนับสนุนงบประมาณสำหรับการทำวิจัยในชั้นเรียน

และการมีส่วนร่วมในการสรุปผล ตลอดจนการเขียนรายงานการวิจัยในชั้นเรียน และสนับสนุนการจัดให้มีกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เกี่ยวกับการทำวิจัยในชั้นเรียนอย่างน้อยภาคเรียนละ 1 ครั้ง

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาการนิเทศภายในของโรงเรียนตามทัศนะของครูในโรงเรียนประถมศึกษาหรือในโรงเรียนขนาดเล็ก ในเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากระบี่

2.2 ควรศึกษาการนิเทศภายในของโรงเรียนตามทัศนะของครูในด้านอื่นบ้าง เช่น รูปแบบการนิเทศที่เหมาะสมกับการจัดการเรียนการสอนในแต่ละกลุ่มสาระการเรียนรู้

เอกสารอ้างอิง

- กรรทอง จิรเดชากุล. (2550). *คู่มือการนิเทศภายในโรงเรียน*. กรุงเทพฯ: ชารอักษร.
- กิตติศักดิ์ อังคะนาวิณ. (2561). รูปแบบการนิเทศภายในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1. *วารสารวิจัยทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 13(2), 17-30.
- กิตติมา ปรีดีดิลก. (2553). *การบริหารและการนิเทศการศึกษาเบื้องต้น*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: อักษราพัฒนา.
- ชาญชัย อาจีนสมาจาร. (2547). *การนิเทศการสอนแผนใหม่*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โพธิ์เพช.
- บุษิตา จันทรสิงค์โท และสุบัน มุขธระโกษา. (2560). บทบาทการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 1. การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ครั้งที่ 4 วันที่ 10 มีนาคม 2560 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- ปนัดดาศิริพัฒนกุล. (2558). การศึกษาบทบาทการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษาชั้นพื้นฐานในจังหวัดระยองจันทบุรีและตราด (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- พัชรินทร์ ช่วยศิริ. (2554). *การศึกษาการดำเนินงานนิเทศภายในของโรงเรียนวัดประดู่ฉิมพลี (สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- เมธิณี สะไร. (2560). *การนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มสหพัฒนา อำเภอรือเสาะ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานราธิวาส เขต 1 (การค้นคว้าอิสระครุศาสตรมหาบัณฑิต)*. มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- รุ่งรัชดาพร เวหะชาติ. (2551). *การบริหารงานวิชาการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน*. สงขลา: นำศิลป์โฆษณา.
- สงัด อุทรานันท์. (2550). *การนิเทศการศึกษา: หลักการ ทฤษฎี และการปฏิบัติ* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มิตรสยาม.

สำเร็จ ยุธชัย และคณะ (2560). แนวทางการนิเทศภายในแบบมีส่วนร่วมสำหรับสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 1. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย*, 7 (ฉบับพิเศษ), 514–522.

สุกัจฉรา กาใจ. (2562). *แนวทางการบริหารจัดการปัจจัยที่ส่งผลต่องานนิเทศภายในของโรงเรียนนาโบสถ์พิทยาคม อำเภอวังเจ้า จังหวัดตาก* (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

อภิสร่า กังสังข์. (2561). *บทบาทการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียนประถมศึกษา ในอำเภอสบไถ้อย จังหวัดสงขลา* (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

ฮาซานะห์ บินมะอูง และคณะ (2561). *การศึกษาชุดฝึกปฏิบัติการและการนิเทศแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาการสอนอ่านเชิงวิพากษ์ของครูผู้สอนวิชาภาษาอังกฤษระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานราธิวาส เขต 2 (รายงานวิจัย)*. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ ในโครงการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม แลกเป้า สพลู. ปีงบประมาณ 2561.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16, 297–334.

Glickman, Carl D. (1990). *Supervision of Instruction*. New York: Allyn and Bacon.

Krejcie, Robert V., & Daryle, W. Morgan. (1970). Determining Sampling Size for Research Activities. *Journal of Education and Psychological Measurement*, 10(11), 308.

Likert, Rensis. (1967). “The Method of Constructing and Attitude Scale”. In Reading in Fishbein, M (Ed.), *Attitude Theory and Measurement*. New York: Wiley & Son.

Malone T.W. and Crowston K. (1994). The Interdisciplinary Study of Coordination. *ACM Computing Surveys*, 26(1), 87–119.

Rawls, J. A. (1973). *Theory of Justice*. London: Oxford University Press.

แนวทางการป้องกันและการแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชันตามทัศนะของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร

Means to Prevent and to Solve Corruption Based on the Opinions of the People in Bangkok

ชัยณรงค์ สิริพรปริดา¹ และ เนตรชนก สุนาสวน²

Chainarong Siripornpreeda¹ and Nedchanok Sunasuan²

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์^{1,2}

College of Management Innovation Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Thailand^{1,2}

E-mail: ¹tom.rcim@gmail.com

Retrieved August 4, 2022; Revised August 19, 2022; Accepted August 20, 2022

DOI: 10.14456/jappm.2022.17

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาวิธีการทุจริตคอร์รัปชัน 2) วิเคราะห์สภาพการป้องกันและการแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชัน และ 3) แนวทางการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชันตามทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้ให้ข้อมูล 40 คน เป็นการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก นำข้อมูลตรวจสอบอีกครั้งด้วยการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลแบบเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า

1. วิธีการทุจริตคอร์รัปชันตามทัศนะของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 7 วิธี ได้แก่ การจัดซื้อจัดจ้าง การกินตามน้ำหรือปิดหูปิดตา การเข้าสู่ตำแหน่งหน้าที่การงานหรือการสมัครเข้าทำงาน การรับสินบาทคาดสินบน การประมูลโครงการ (การฮั้วกัน) การรับค่าคอมมิชชั่น และระบบอุปถัมภ์หรือระบบพวกพ้อง แต่ละวิธีต่างมีการทุจริตคอร์รัปชันแตกต่างกันไป

2. สภาพการป้องกันและการแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชันตามทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร หน่วยงานได้ทำการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชัน โดยการตั้งกรรมการตรวจสอบการจัดซื้อจัดจ้างที่มีมาตรการเคร่งครัดและถูกต้อง การรับบุคคลเข้าทำงานได้ผ่านการสอบกลั่นกรองด้วยความยุติธรรมและเป็นกลางไม่มีระบบอุปถัมภ์หรือระบบพวกพ้อง วิธีการป้องกันการประมูลโครงการ (การฮั้วกัน) โดยใช้ E-auction

3. แนวทางการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชันตามทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ฝ่ายบริหารควรยึดระเบียบราชการอย่างเคร่งครัดตามหลักธรรมาภิบาลควรรวมกลุ่ม

หรือตั้งชมรมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ตั้งแต่หมู่บ้านจนถึงระดับประเทศ และควรสร้างหลักสูตรการเรียนการสอนวิชาการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน: ปัญหาสาเหตุและแนวทางแก้ไข ตั้งแต่ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา ถึงระดับอุดมศึกษา

คำสำคัญ: แนวทางการป้องกันและแก้ไข; การทุจริตคอร์รัปชัน; เขตกรุงเทพมหานคร

Abstract

The objectives of this research were to study the opinions of the people in Bangkok 1) methods of corruption 2) analyze condition the practice of its prevention and fix corruption 3) Prevention guidelines and fix corruption according to the views of people in Bangkok. This is a qualitative research. The 40 respondents were interviews. Semi-structured in-depth interview Re-examine the data with a triangular review of data collection methods. Descriptive data analysis. The findings were as follows:

1. In the opinion of people in Bangkok, the methods of corruption include contains 7 methods following: procurement tactics, "Kintamnam or Pidhupidta" (free flow intakes), position appointment, or applying for a job, bidding for projects, commission fees, and patronage. Different techniques were used in these methods.

2. The practices to prevent and solve corruption in the opinions of people in Bangkok include the following: appointing a committee to monitor the procurement with strict scrutiny measures; a fair examination process in appointing persons to positions without patronage favoritism, and e-auction.

3. As for the means to prevent and solve corruption, people in Bangkok suggest the following: the agency administration must adhere to the rules and regulations: strictly observing the principles of good governance; an anti-corruption group should be set up at various levels from the village up to the nation; and at all levels of education curriculum should be initiated to teach about corruption the problem, the causes and ways to solve it.

Keywords: Guidelines to prevent; solve corruption; Bangkok

บทนำ

การคอร์รัปชันเป็นปัญหาที่คู่กับสังคมของแต่ละประเทศมาเป็นเวลายาวนาน เกิดขึ้นได้หลายรูปแบบหลายลักษณะ วิธีการป้องกันและแก้ไขของแต่ละประเทศก็แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้ล้วนแต่เกิดจากปัจจัยด้านสังคม เศรษฐกิจและการเมืองที่ขับเคลื่อนโดยผู้มีอำนาจเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม การคอร์รัปชันและผลประโยชน์ทับซ้อนมีความสอดคล้องกันในแง่ของการกระทำที่สามารถเรียกกันว่าการขัดกันแห่ง

ผลประโยชน์ส่วนตนกับผลประโยชน์ส่วนรวม เป็นหนึ่งในพฤติกรรมที่นำไปสู่การคอร์รัปชันและการทุจริตคอร์รัปชันหรือการฉ้อราษฎร์บังหลวงซึ่งเป็นปัญหาสังคม (Social Problem) ประเภทหนึ่งที่ฝังรากลึกในประเทศไทยมายาวนาน การฉ้อราษฎร์บังหลวงเป็นคำที่ใช้กันมาตั้งแต่อดีต แต่เดิมหมายถึง การฉ้อโกงหรือการคดโกงสิ่งที่ดีควรเป็นของราษฎร์ แต่ในระยะหลังนิยมใช้คำว่า “การทุจริตคอร์รัปชัน” จึงทำให้เข้าใจง่ายขึ้นและมักจะใช้คำนี้มาโดยตลอด รวมถึงการทุจริตฉ้อฉลของผู้ใช้ตำแหน่งหน้าที่เพื่อผลประโยชน์ส่วนตัวทุกรูปแบบ “ทุจริตคอร์รัปชัน” เป็นปัญหาที่ทุกคนในโลกให้การยอมรับว่าร้ายแรงต่อทุกพื้นที่ของประเทศทั่วโลก ซึ่งสาเหตุมาจากความโลภเข้ามาครอบครองจิตใจ ความอยากร่ำอยากรวยจึงเกิดการทุจริตขึ้นโดยการกระทำความชอบของตนเอง ซึ่งในการทุจริตในแวดวงของการเมืองจะมีให้เห็นบ่อยที่สุด จนทำให้ทรัพย์สินหรือทรัพยากรของชาติเสียหายไป การตัดสินใจบนก็เป็นการทุจริตเช่นกัน ซึ่งจะเกิดขึ้นแทบทุกประเทศบนโลก ทั้งประเทศที่เจริญแล้ว ประเทศที่กำลังพัฒนาและประเทศด้อยพัฒนา (กฤษณ์ วงศ์วิเศษธร, 2561)

ประเทศไทยเองก็มีการทุจริตคอร์รัปชันมาตั้งแต่สมัยกรุงสุโขทัย กรุงศรีอยุธยา กรุงรัตนโกสินทร์ จนถึงปัจจุบันซึ่งมีการฉ้อราษฎร์บังหลวงในสังคมไทย กล่าวได้ว่า สมัยกรุงสุโขทัยมีกฎหมายเกี่ยวกับการทุจริตประเพณีมิชอบ บัญญัติไว้ในสมัยกรุงศรีอยุธยาก็ปรากฏหลักฐานเกี่ยวกับกฎหมายป้องกันและปราบปรามการทุจริตดังกล่าว เช่นเดียวกันทั้งในวรรณคดีหลายเรื่องและกฎหมายที่บังคับหลายฉบับที่เกี่ยวข้องกับการฉ้อโกงและการทุจริตคอร์รัปชัน ในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ตอนต้น เริ่มมีการฉ้อราษฎร์บังหลวงเพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปแบบการยกยอกเงินหลวงหรือการเบียดบังเอาทรัพย์สินของรัฐ “การฉ้อราษฎร์บังหลวง” ซึ่งมีปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นและมีอยู่ควบคู่กับสังคมไทยมาตลอดจนถึงปัจจุบัน (ปิยะธิดา อภัยภักดิ์, 2561) นอกจากนี้ ก็จะมีการกินตามน้ำหรือทำเป็นปิดหูปิดตา การประมุขโครงการ (ฮั้วกัน) การรับค่าคอมมิชชั่น องค์การเพื่อความโปร่งใสนานาชาติ (Transparency International: TI) ได้จัดทำดัชนีภาพลักษณ์การคอร์รัปชัน เมื่อ 2563 ว่าประเทศไทยได้คะแนนความโปร่งใสเพียง 36 จากคะแนนเต็ม 100 คะแนน ซึ่งนับเป็นลำดับที่ 104 จาก 180 ของประเทศที่ทำการสำรวจ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563)

การทุจริตคอร์รัปชันมีหลายวิธี ซึ่งจะพบว่ามีรูปแบบและวิธีการคอร์รัปชันในหน่วยงานของรัฐระดับเขตในกรุงเทพมหานคร ได้พบแนวทางแก้ไข 3 ประการ ได้แก่ ประการที่ 1 ด้านบุคคล ควรจะปลูกฝังจิตสำนึกและมีการรณรงค์อย่างจริงจังและต่อเนื่อง ควรจะต่อต้านผู้ที่คอร์รัปชันโดยไม่ให้สิทธิใด ๆ ในสังคมอีกถ้าถูกจับได้ ประการที่ 2 คือ ด้านการบริหาร ควรแก้ไขกฎระเบียบและกฎหมายที่บังคับใช้ ไม่ว่าเป็นเรื่องเกี่ยวกับกฎระเบียบที่บังคับใช้กับองค์กรของรัฐ หรือกฎระเบียบเกี่ยวกับการลงโทษให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ประการที่ 3 คือ ปัจจัยภายนอกและปัจจัยแวดล้อมที่มีผลกระทบโดยตรงต่อการคอร์รัปชันของข้าราชการ ควรมีการตรวจสอบที่ชัดเจนมากกว่านี้ โดยปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมประเพณี ปลูกฝังจิตสำนึกถึงผลเสียที่จะเกิดขึ้นต่อผู้อื่นและต่อตนเอง สิ่งเหล่านี้คือรูปแบบส่วนหนึ่งของการทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งผลของการทุจริตคอร์รัปชันจะส่งผลกระทบต่อชุมชน สังคม และประเทศ

หลายประการ สำหรับแนวทางการป้องกันและการแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชันตามทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร รวบรวมจาก 50 เขต ซึ่งมีประชากร 5,701,394 คน จำแนก เป็นชาย 2,709,568 คน และหญิง 2,991,826 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) จากการสัมภาษณ์เบื้องต้นของผู้ใช้บริการสำนักงานเขต (สังกัดกรุงเทพมหานคร) สถาบันการศึกษา และหน่วยงานของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ประชาชนทั่วไปในกลุ่มพนักงานบริษัท เจ้าของธุรกิจ พนักงานของรัฐ ข้าราชการบำนาญ ผู้รับจ้าง เกษตรกร ครูอาจารย์ และนักศึกษา มีความเห็นว่า หน่วยงานบางแห่งมีการคอร์รัปชัน เช่น การเข้าสู่ตำแหน่งหรือการสมัครเข้าทำงาน การเลื่อนตำแหน่ง การกินตามน้ำหรือปิดหูปิดตา การบำรุงการศึกษา ซื้อโต๊ะ เก้าอี้ให้แก่นักเรียน มีระบบอุปถัมภ์หรือระบบพวกพ้องที่ช่วยเหลือพรรคพวกของตนเอง เหล่านี้ นับเป็นการคอร์รัปชันในรูปแบบต่าง ๆ ทำให้รัฐต้องเสียงบประมาณในการพัฒนาประเทศ ข้อมูลเหล่านี้ คาดว่ายังไม่มีความรู้ใคร่เรียนไปที่ ปปช. และเป็นข้อมูลเชิงลึกในหน่วยงานของรัฐ

ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์จะทำการศึกษาวิจัย เรื่อง แนวทางการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชันตามทัศนะของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการเป็นแนวทางป้องกันปราบปรามการทุจริตคอร์รัปชันของประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิธีการทุจริตคอร์รัปชันตามทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์สภาพการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชันตามทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อหาแนวทางการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชันตามทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้ กลุ่มเป้าหมาย คือ ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครอายุตั้งแต่ 18 ปี ขึ้นไปเป็นผู้ให้ข้อมูล จำนวน 40 คน เนื่องด้วยในเขตกรุงเทพมหานครมีประชาชนมาจากหลายจังหวัดและมีทัศนะที่หลากหลาย ต่อหน่วยงานของรัฐที่มีการคอร์รัปชัน เช่น หน่วยงานราชการ ทหาร ตำรวจ เจ้าหน้าที่สถาบันการศึกษา เจ้าหน้าที่กระทรวง สาธารณสุข เกษตรกร ผู้รับจ้าง และบริษัทเอกชนบางแห่ง โดยได้กำหนดผู้ให้ข้อมูล ตามความเหมาะสมของสถานการณ์ เลือกโดยกระจายตามสถานภาพ ตามอาชีพของผู้ให้ทัศนะเกี่ยวกับ วิธีการทุจริตคอร์รัปชัน สภาพการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชันและแนวทางการป้องกันและ แก้ไขการทุจริตคอร์รัปชันในเขตกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การวิจัยนี้ได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องและเลือกในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ศึกษาเลือกโดยเจาะจง (Purposive Selection) และใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi Structured

Interview) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลมีความยินดีให้ทัศนะเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันในหน่วยงานของรัฐระดับเขตในกรุงเทพมหานคร อีกทั้งรูปแบบ วิธีการ และแนวทางการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชัน

การรวบรวมข้อมูลเป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับบริบทของพื้นที่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) โดยกระจายตามสถานภาพด้านอาชีพของผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการทุจริตคอร์รัปชัน สภาพการป้องกันและแก้ไขปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันที่ได้ดำเนินการ และเสนอแนะแนวทางการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชันตามทัศนะของประชาชน โดยใช้แนวทางการสัมภาษณ์และนำข้อมูลมาตรวจสอบอีกครั้งด้วยการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) เพื่อพิจารณาว่าข้อเท็จจริงที่ได้มานั้นสมบูรณ์ สามารถนำมาตอบคำถามการวิจัยได้และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่กำหนด ซึ่งได้ทำโดยการสังเกตควบคู่กับการซักถามผู้ให้ข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลเชิงวิเคราะห์แล้วจะนำข้อมูลดังกล่าวมานำเสนอเป็นข้อความบรรยาย (Descriptive)

การวิเคราะห์ข้อมูล ได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยนำข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แนวทางการสัมภาษณ์เพื่อสัมภาษณ์แบบเจาะลึก การสังเกตผู้ให้ข้อมูลมาจัดหมวดหมู่เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัย หากข้อมูลไม่ชัดเจนต้องถามแบบทะลอม (Probe) และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อยืนยันข้อมูล ได้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) หลังจากนั้นได้สนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เพื่อค้นหาแนวทางการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชันตามทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

1. วิธีการทุจริตคอร์รัปชันตามทัศนะของประชาชน ประกอบด้วย 7 วิธี ได้แก่ การจัดซื้อจัดจ้าง การกินตามน้ำหรือปิดหูปิดตา การเข้าสู่ตำแหน่งหน้าที่การงานหรือการสมัครเข้าทำงาน การรับสินบาท คาคดสินบน การประมูลโครงการ (การฮั้วกัน) การรับค่าคอมมิชชั่น และระบบอุปถัมภ์หรือระบบพวกพ้อง

(1) การจัดซื้อจัดจ้าง จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เจ้าหน้าที่ที่ตั้งงบประมาณไว้จำนวนหนึ่ง แต่ได้จ่ายให้ผู้ผลิตหรือผู้ส่งสินค้าจำนวนที่น้อยกว่างบประมาณที่ตั้งไว้ ส่วนต่างเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องก็เก็บเอาไว้เอง และจะออกใบเสร็จให้ผู้จัดทำสินค้าอุปกรณ์ตามงบประมาณ ซึ่งเป็นการคอร์รัปชันวิธีหนึ่ง นอกจากนี้ได้มีหน่วยงานของรัฐแห่งหนึ่ง ได้จัดซื้อจัดจ้างผ้าห่มและสิ่งของเพื่อจะนำมาแจกประชาชน ได้จัดซื้อชุดละ 200 บาท จำนวน 100,000 ชุด อันที่จริงผืนละ 150 บาทเท่านั้น กรณีนี้ชาวบ้านได้ออกมาท้วงติงและร้องเรียนสื่อ และผู้บังคับบัญชาที่เหนือกว่าแล้ว สำหรับครุภัณฑ์หรืออุปกรณ์ที่ตั้งงบประมาณไว้ แต่มีการลือคสเปค หรือไม่มีการถอดอุปกรณ์นั้น ๆ ออก ทำให้ผู้ซื้อจ่ายน้อยลงแต่ได้เบิกเงินตามงบประมาณที่ตั้งไว้ การจัดซื้อจัดจ้างเกี่ยวกับวัสดุการศึกษาส่วนใหญ่มีการจัดซื้อจัดจ้างเกี่ยวกับกระดาน สมุด แฟ้ม ดินสอ เครื่องคอมพิวเตอร์ เครื่องถ่ายเอกสาร ฯลฯ ผู้จัดซื้อได้จ่ายเงินน้อยกว่างบประมาณที่ตั้ง

ไว้ ส่วนต่างเจ้าหน้าที่ผู้จัดซื้อจัดจ้างเป็นผู้เอาเงินจำนวนนั้นไป การเข้าสถานที่การศึกษาที่มีการคอร์รัปชันเช่นกัน ผู้ทำหน้าที่ไม่ออกใบเสร็จรับเงินให้ อีกประการหนึ่ง อาจารย์ในสถาบันการศึกษาได้เซ็นสัญญาจัดจ้างในการวิจัยแก่หน่วยงานแห่งหนึ่ง การจ่ายเงินแก่อาจารย์คู่สัญญาได้จ่ายน้อยกว่าในสัญญาที่ให้ไว้ เหล่านี้คือ การคอร์รัปชันด้วยวิธีการจัดซื้อจัดจ้าง

(2) การกินตามน้ำหรือปิดหูปิดตา การกินตามน้ำหรือปิดหูปิดตา การหลอกลวงโดยผู้มาติดต่อแจ้งคุณกรณีนี้นำเงินไปให้คณะกรรมการสอบเข้าเรียนวิชาต่าง ๆ แต่ไม่นำเงินไปให้คณะกรรมการสอบ เพราะเขาสอบได้ด้วยตนเอง เงินจำนวนนี้ผู้มาติดต่อจะเก็บเอาไว้เองก็ได้พฤติกรรมนี้ เรียกว่า กินตามน้ำหรือทำเป็นปิดหูปิดตาไม่รู้เห็น ในสถานศึกษาและในหน่วยงานจะมีวิธีการคอร์รัปชันเหล่านี้อยู่เสมอ ๆ ซึ่งผู้คอร์รัปชันจะเสนอผู้สอบเข้าสถานศึกษาต่อผู้ปกครองว่า จะขอเงินจำนวนเท่านั้นเท่านี้ไปให้คณะกรรมการสอบเพื่อให้ช่วยดำเนินการอย่างนั้นอย่างนี้ ผลปรากฏว่า ผู้สอบสามารถสอบได้เองหรือนักเรียนคนนั้นสอบเข้าเรียนได้ด้วยตนเอง กรรมการสอบไม่เคยเรียกรับเงินและไม่คิดจะทำเช่นนี้ กรณีนี้เรียกว่า การกินตามน้ำหรือปิดหูปิดตา

(3) การเข้าสู่ตำแหน่งหน้าที่การงานหรือการสมัครเข้าทำงาน มีการทุจริตคอร์รัปชันเกือบทุกแห่ง การจ่ายเงินจะมากน้อยเท่าใดไม่เท่ากันขึ้นกับแต่ละหน่วยงาน สำหรับหน่วยงานบางแห่งต้องเสียเงินให้แก่ผู้รับผิดชอบ 100,000 ถึง 300,000 บาท ซึ่งกรรมการหรือผู้รับผิดชอบเหล่านี้จะนำเงินที่ได้รับไปจัดสรรแบ่งปันกันกับกรรมการหรือผู้บริหารคนอื่น ๆ ในการเข้าสู่ตำแหน่งการเลื่อนตำแหน่งของหน่วยงานบางแห่ง กรณีแต่งตั้งโยกย้ายหรือต้องการจะเลื่อนตำแหน่งต้องซื้อตำแหน่งจากผู้บริหารระดับสูงถึง 600,000 บาท เมื่อได้เลื่อนตำแหน่งก็เป็นได้เพียงเดือนเศษก็ถูกรถชนเสียชีวิต ในสถานศึกษาก็มีการคอร์รัปชันเช่นกัน เช่น สมัครเป็นครู ลูกจ้าง ผู้ปกครองพาลูกไปเข้าโรงเรียนระดับอนุบาลบางแห่งต้องเสียเงิน 100,000 ถึง 300,000 บาท บางแห่งผู้ปกครองต้องเสียเงินให้แก่กรรมการรับสมัครโดยแจ้งว่าเป็นการบำรุงการศึกษาซึ่งจะนำเงินไปซื้อโต๊ะและเก้าอี้ให้นักเรียน หรือที่เรียกกันว่า “ค่าแป๊ะเจี๊ยะ”

(4) การรับสินบนบาทคาดสินบน หลายหน่วยงานได้มีการติดสินบนเจ้าพนักงาน กรณีการเข้าทำงาน การโอนย้ายหรือการตรวจรับงาน การประเมินคุณภาพการศึกษา การอำนวยความสะดวกในการซื้อขายที่ดิน การรังวัดที่ดิน การสร้างบ้านนอกเหนือแบบแปลน จากการเก็บข้อมูลเชิงลึกได้พบว่า การติดสินบน เจ้าพนักงานในการเข้าทำงาน การโอนย้าย ผู้จะโอนย้ายได้นำเงิน สิ่งของมาให้กรรมการผู้เกี่ยวข้องจำนวนเงินขึ้นกับตำแหน่ง บางแห่ง 100,000 บาท บางแห่ง 150,000 บาท ถึง 300,000 บาท ชาวบ้านเรียกว่า การซื้อตำแหน่งโดยคณะกรรมการจะแบ่งปันกันเอง เป็นการคอร์รัปชันเป็นคณะเป็นระบบ ผู้รับเหมาซื้อวัสดุของหน่วยงานของรัฐจะต้องมีผู้ตรวจรับงาน ก็จะมีติดสินบนแก่ผู้ตรวจรับงานได้ ในสำนักงานเขตผู้มาใช้บริการจะติดสินบนให้กับเจ้าหน้าที่ในการสร้างบ้านนอกเหนือแบบแปลนเพื่ออำนวยความสะดวกทันการใช้เวลาได้ นอกจากนี้ยังติดสินบนแก่เจ้าหน้าที่ที่รังวัดสอบเขต เพื่อจะได้ให้เจ้าหน้าที่ไปวัดที่ดินก่อนลำดับที่จัดไว้

(5) การประมูลโครงการ (การฮั้วกัน) การทุจริตคอร์รัปชันในการประมูลโครงการหรือเรียกว่า การฮั้วกัน ซึ่งทำกันแทบทุกองค์กร ไม่ว่าจะเป็นกระทรวง ทบวง กรม หน่วยงานของรัฐทั้งเล็กและใหญ่สำหรับ สำนักงานเขตเป็นองค์กรที่ใกล้ชิดกับประชาชน เมื่อมีการประมูลโดยเฉพาะเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การทำถนน ทำสะพาน ขุดบ่อน้ำ ปรับปรุงสถานที่เก็บขยะมูลฝอยก็มีการประมูลโครงการที่มีการฮั้วกัน วิธีฮั้วกันมีหลายวิธี เช่น ถ้าใครต้องการโครงการ ผู้ไม่ต้องการโครงการก็จะขอรับเงินจากผู้ต้องการโครงการนั้น ๆ ค่าตอบแทนของผู้สละสิทธิ์ส่วนมากจะคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ประมาณ 5%-10% ของงบประมาณโครงการ สำหรับองค์กรอื่น ๆ นอกเหนือนี้แล้วยังมีกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงกลาโหม กระทรวงคมนาคม กระทรวงสาธารณสุข การประมูล โครงการบางแห่งบางโครงการที่มีมูลค่าจำนวนมาก ก็มีการฮั้วกัน ซึ่งจัดว่าเป็นวิธีการทุจริตคอร์รัปชันอีกวิธีหนึ่ง

(6) การรับค่าคอมมิชชั่น เป็นการทุจริตคอร์รัปชันในการจัดซื้อจัดจ้างหรือการประมูลโครงการ เจ้าของโครงการหรือผู้เกี่ยวข้องจะขอรับเงินจากผู้ที่ได้รับการประมูลโครงการหรือจากผู้รับเหมาโครงการ ปกติจะคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ของเงินทั้งหมด 5% ถึง 15% บางแห่งจะคิดค่าคอมมิชชั่นสูงถึง 30% ของเงินที่ได้รับในโครงการ

(7) ระบบอุปถัมภ์หรือระบบพวกพ้อง มีหน่วยงานหลายแห่งในเขตกรุงเทพมหานครได้มีการทุจริตคอร์รัปชันเกี่ยวกับระบบอุปถัมภ์หรือระบบพวกพ้อง เช่น เจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคลหรือผู้บริหารองค์กรจะช่วยเหลือพวกพ้องญาติมิตรเข้าทำงาน ตลอดจนการช่วยเหลือในการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่ง การพิจารณาความดีความชอบหากเป็นพวกพ้องของตนก็จะได้รับการสนับสนุนก่อนบุคคลอื่น บางองค์กรจะมีการรับพวกพ้องหรือบัณฑิตรุ่นน้องเข้าทำงาน

2. สภาพการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชันตามทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ต้องดำเนินการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชัน ดังต่อไปนี้

(1) การจัดซื้อจัดจ้าง หน่วยงานต้องมีวิธีป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันอย่างจริงจัง โดยให้เพื่อนร่วมงานช่วยกัน สอดส่องอย่างใกล้ชิดไม่ให้ทำผิดกฎหมาย ต้องมีคุณธรรม มีความซื่อสัตย์ อีกทั้งกรรมการตรวจสอบต้องมีมาตรการลงโทษอย่างเคร่งครัดและเป็นธรรม

(2) การกินตามน้ำหรือปิดหูปิดตา หน่วยงานต้องมีวิธีป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน คือ ช่วยกัน รณรงค์ให้การทำงานอย่างตรงไปตรงมาต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันตามนโยบายของรัฐบาลรณรงค์ให้ประชาชนอย่าหลงเชื่อคนง่าย อย่าหลงเชื่อคนแอบอ้างว่าจะสามารถติดต่อเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องได้ หรือเห็นผู้กระทำการทุจริตคอร์รัปชันแล้วปิดหูปิดตาทำเป็นไม่รู้ไม่เห็น หรือมีส่วนรับผลประโยชน์จากการทุจริตคอร์รัปชันนั้น

(3) การเข้าสู่ตำแหน่งหน้าที่การงานหรือการสมัครเข้าทำงาน หน่วยงานต้องมีวิธีป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน วิธีการนี้โดยได้ตรวจสอบการทำงานของเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้องอย่างเข้มงวด วิธีการรับบุคคลเข้าทำงานได้มีการสอบแข่งขันหรือสอบคัดเลือก เน้นคนเก่ง คนดีเข้าทำงาน ไม่เลือกพวกพ้อง

(4) การรับสินบาทคาดสินบน หน่วยงานได้ป้องกันการให้สินบาทคาดสินบน โดยองค์กรได้ปรับปรุงการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เมื่อทำงานได้ผลดีมีประสิทธิภาพแล้วก็ไม่จำเป็นต้องไปให้สินบนแก่คณะกรรมการประเมินผลงาน และได้ต่อต้านการรับสินบาทคาดสินบนอีกด้วย

(5) การประมูลโครงการ (การฮั้วกัน) วิธีป้องกันการประมูลโครงการ (การฮั้วกัน) ให้หน่วยงานได้ใช้แนวทางการประมูลโครงการโดยวิธี E-auction

(6) การรับค่าคอมมิชชั่น วิธีป้องกันการรับค่าคอมมิชชั่นของหน่วยงาน โดยการประชุมเจ้าหน้าที่ผู้เกี่ยวข้อง ไม่ให้รับค่าคอมมิชชั่น ออกระเบียบไม่ให้รับค่าคอมมิชชั่น และได้ตั้งกรรมการติดตามตรวจสอบเกี่ยวกับการรับค่าคอมมิชชั่นอย่างเข้มงวด

(7) ระบบพวบก๊อหรือระบบอุปถัมภ์ หน่วยงานได้มีวิธีป้องกันเกี่ยวกับระบบพวบก๊อหรือระบบอุปถัมภ์เกี่ยวกับการรับบุคคลเข้าทำงาน โดยให้มีการรับบุคคลโดยการสอบคัดเลือกหรือสอบแข่งขัน แต่งตั้งพิจารณาอย่างตรงไปตรงมา ไม่คำนึงญาติมิตรหรือพวกก๊อของใคร ให้กรรมการพิจารณาอย่างตรงไปตรงมาและเป็นธรรม

3. แนวทางการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชันตาม ทศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการวิเคราะห์ข้อมูลแบบเชิงพรรณนา สรุปได้ดังนี้

(1) ฝ่ายบริหารระดับเขตซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ประจำ มีหน้าที่บริหารหน่วยงาน หากมีการจัดซื้อจัดจ้าง การประมูลโครงการ การรับบุคคลเข้าทำงานควรยึดระเบียบราชการอย่างเคร่งครัด ควรปลูกฝังค่านิยมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน และควรใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารองค์การอย่างมีประสิทธิภาพ

(2) องค์กรต่าง ๆ ระดับกระทรวง ทบวง กรม และองค์กรภาครัฐอื่น ๆ ควรตั้งคณะกรรมการตรวจสอบ การจัดซื้อจัดจ้าง การรับบุคคลเข้าปฏิบัติงาน การพิจารณาความดี ความชอบ การประมูลโครงการ การยึดระบบอุปถัมภ์ในการปฏิบัติ งานคณะกรรมการตรวจสอบ การปฏิบัติหน้าที่ ควรปฏิบัติหน้าที่อย่างเคร่งครัดตรงไปตรงมา และควรปรับปรุงกฎระเบียบ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อการลงโทษให้หนักขึ้น

(3) กรณีการใช้ระบบพวบก๊อหรือระบบอุปถัมภ์ในการปฏิบัติงาน เริ่มตั้งแต่การเข้าสู่ตำแหน่งหรือการสมัครเข้าทำงาน การเลื่อนขั้น การเลื่อนตำแหน่ง การพิจารณาความดีความชอบ จะทำให้บุคลากรคนอื่น ๆ ซึ่งไม่ใช่พวกก๊อ ตั้งใจทำงาน ขาดขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงาน จะส่งผลให้เกิดผลเสียในความเจริญก้าวหน้าขององค์กรได้ ดังนั้น บุคคลซึ่งอยู่ใกล้ชิดควรช่วยกันทักท้วงต่อการบริหารองค์การซึ่งควรยึดหลักธรรมาภิบาล จึงจะทำให้การปฏิบัติงานประสบผลดีมีประสิทธิภาพ

(4) ควรจัดตั้งกลุ่มหรือชมรมการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน ตั้งแต่ระดับชุมชน เขต จังหวัด และระดับประเทศ เพื่อจะได้ร่วมกันต่อต้านและป้องกันปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน ซึ่งเป็นปัญหาสังคมทุกคนในชุมชนและสังคมต้องร่วมใจกันป้องกันปัญหาดังกล่าว ซึ่งประชาชนควรมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท้องถิ่นของตน

(5) ควรบรรจุวิชาปัญหาการคอร์รัปชันและแนวทางการ ป้องกันแก้ไขในหลักสูตรการเรียนการสอนตั้งแต่ระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา เพื่อจะได้ปลูกฝังให้เด็กและเยาวชนได้มีความรู้เกี่ยวกับโทษของการทุจริตคอร์รัปชันอีกด้วย

(6) หน่วยงานที่ใช้วิธีการป้องกันปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน จากวิธีการจัดซื้อจัดจ้างและการประมูลโครงการ (การฮั้วกัน) โดยใช้วิธี E-auction ควรปรับปรุงระบบนี้ใหม่ เพื่อให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า การจัดซื้อจัดจ้างได้มีการทุจริตคอร์รัปชันด้วยวิธีต่าง ๆ เป็นต้นว่าการจัดซื้อวัสดุครุภัณฑ์ในองค์กร กระทรวง ทบวง กรมต่าง ๆ เช่น กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงมหาดไทย กระทรวงศึกษาธิการ องค์กรระดับเขต การจัดซื้อจัดจ้างโดยเจ้าหน้าที่ผู้คอร์รัปชันได้จ่ายเงินให้แก่ผู้ขายจำนวนเงินน้อยกว่างบประมาณที่ตั้งไว้ จำนวนเงินที่แตกต่างกันผู้คอร์รัปชันเป็นผู้เอาเงินจำนวนนั้นไปหรือไม่ก็มีการลือคสปกอดอุปกณ์บางชิ้นออก ทำให้ผู้ซื้อจ่ายเงินน้อยลงแต่ได้เบิกเงินตามงบประมาณซึ่งมีความแตกต่างกับงานวิจัยของ (สุทธิรัตน์ อ่อนเที่ยง, 2544) พบว่า พฤติกรรมและวิธีการคอร์รัปชันจากการจัดซื้อจัดจ้างโดยการปิดเปิดระเบียบ ข้อบังคับ อาศัยตำแหน่งของตนแสวงหาผลประโยชน์โดยมิชอบสมคกับผู้ขายเสนอราคาให้แก่ทางราชการสูงกว่าราคาจริง ทุจริตต่อหน้าที่ราชการ ปลอมแปลงหรือกระทำการใด ๆ เป็นเท็จ กล่าวคือ การทุจริตคอร์รัปชันของแต่ละคน แต่ละกลุ่ม แต่ละพื้นที่ ประการสำคัญขึ้นกับเศรษฐกิจและสังคม พฤติกรรมของคนในพื้นที่นั้น ๆ

การทุจริตคอร์รัปชันจากการเข้าสู่ตำแหน่งหน้าที่การทำงาน พบว่า ผู้สมัครเข้าทำงานจะต้องจ่ายเงินให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการเลือกบุคคลเข้าทำงาน ถ้าไม่เสียเงินก็จะเป็นญาติหรือพวกพ้องกัน บางแห่งแม้เป็นญาติกันก็ต้องเสียเงินแต่เสียเงินจำนวนน้อยกว่าจำนวนเงินที่นำมาเสียให้ผู้เกี่ยวข้องนั้นจะขึ้นกับตำแหน่งหน้าที่และขึ้นกับองค์กรหน่วยงานนั้น ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ดวงหทัย อินทะชัย, 2553) พบว่า การบรรจุแต่งตั้งพนักงานส่วนท้องถิ่นจะต้องเสียเงิน โดยทำกันเป็นกระบวนการทั้งระบบจนกลายเป็นประเพณี ถ้าไม่เสียเงินก็ต้องเป็นญาติจึงจะมีโอกาสเข้าทำงาน กล่าวคือ การทุจริตคอร์รัปชันจะต้องกระทำกันเป็นกระบวนการและมีการแบ่งปันผลประโยชน์จึงจะทำได้

แนวทางการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชันตามทัศนะของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ฝ่ายบริหารระดับกระทรวง ทบวง กรม และองค์กรภาครัฐอื่น ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเจ้าหน้าที่ประจำมีหน้าที่บริหารหน่วยงาน หากมีการจัดซื้อจัดจ้าง การประมูลโครงการ การรับบุคคลเข้าทำงาน ควรยึดระเบียบราชการอย่างเคร่งครัด ควรปลูกฝังค่านิยมต่อต้าน การทุจริตคอร์รัปชัน และควรใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (วันเพ็ญ สุขประเสริฐและคณะ, 2561) พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเพชรบุรี ควรจัดทำแผนจัดซื้อจัดจ้างและควบคุมการดำเนินงานให้เป็นไปตามแผนที่กำหนด เพื่อให้การดำเนินงานใน

แต่ละขั้นตอนตลอดจนระยะเวลาให้เป็นไปตามระเบียบ จัดเตรียมช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย และเพิ่มวิธีการจัดหาพัสดุด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อลดปัญหาในกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง และให้มีมาตรฐานเดียวกัน

นอกจากนี้ แนวทางการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชัน พบว่า ควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท้องถิ่นของตน ควรจัดตั้งกลุ่มหรือชมรมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันตั้งแต่ระดับชุมชน เขต จังหวัดและระดับประเทศ เพื่อจะร่วมกันต่อต้านและป้องกันปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศาสนะ ประทาน, 2554; รัตพงษ์ สอนสุภาพ, 2557) พบว่า แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมเพื่อป้องกันปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน จะต้องสนับสนุนให้ประชาชนมีส่วนร่วมกับการบริหารจัดการท้องถิ่นให้มากที่สุด แนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ การกำหนดนโยบายเพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมอย่างเป็นรูปธรรม ส่งเสริมการมีส่วนร่วมเพื่อป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน ควรให้ความสำคัญกับกระบวนการวางแผนกลยุทธ์ ควรสนับสนุนให้มีการจัดตั้งองค์กรประชาชนและสร้างเครือข่ายการประสานงาน เพื่อป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน และศูนย์ประสานงานขึ้นในองค์กร กล่าวคือ การมีส่วนร่วมของประชาชน การสร้างเครือข่าย และศูนย์ประสานงาน ย่อมจะเป็นการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันได้ ซึ่งทุกภาคส่วนควรจะได้ประสานความร่วมมือกันในการป้องกันปัญหาสังคมดังกล่าว

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยค้นพบว่า ฝ่ายบริหารหน่วยงานควรบังคับใช้กฎระเบียบกันอย่างเคร่งครัด ใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการองค์กร เสริมสร้างและเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมอย่างจริงจัง จะทำให้เป็นองค์กรที่โปร่งใสตรวจสอบได้ ซึ่งเป็นแนวทางการป้องกันการทุจริตคอร์รัปชัน ส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่ม ชมรม ระดับชุมชน เขต จังหวัดและระดับประเทศ และปลูกฝังสร้างค่านิยมต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชันโดยสร้างหลักสูตรการเรียนการสอนแนวทางการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชัน สำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และระดับอุดมศึกษา สิ่งสำคัญทัศนคติหรืออุดมการณ์ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในการต่อต้านการทุจริตคอร์รัปชัน จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการป้องกันปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันได้

สรุป

วิธีการทุจริตคอร์รัปชันตามทัศนะของประชาชน ประกอบด้วย การจัดซื้อจัดจ้างได้มีเจ้าหน้าที่องค์กร หน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวง ทบวง กรม และองค์กรภาคีรัฐอื่น ๆ ในเขตกรุงเทพมหานครได้มีการทุจริตคอร์รัปชัน โดยการจัดซื้อจัดจ้างด้วยวิธีแตกต่างกัน การกินตามน้ำหรือปิดหูปิดตา ก็เป็นการทุจริตคอร์รัปชันอีกวิธีหนึ่ง ซึ่งเป็นพฤติกรรมหลอกลวงเงินโดยการติดต่อคู่กรณีว่าจะนำเงินไปให้คณะกรรมการเพื่อให้สอบเข้าเรียน เข้าทำงานได้ แต่เขามีความสามารถสอบเข้าได้เอง การเข้าสู่ตำแหน่งหน้าที่การงานหรือการสมัครเข้าทำงาน โดยมีการจ่ายเงินจำนวนมากน้อยเท่าไรขึ้นกับตำแหน่งนั้น ๆ

การรับสินบาทคาดสินบน เป็นการติดสินบน เจ้าพนักงานเพื่อผลประโยชน์ของตนเอง การประมูลโครงการ (การฮั้วกัน) โดยได้มีการฮั้วประมูลโครงการ ถ้าใครต้องการจะได้รับอนุมัติให้ดำเนินโครงการ ต้องเสียเงิน แก่ผู้ประมูลคนอื่น ๆ การรับค่าคอมมิชชั่นเป็นการทุจริตคอร์รัปชัน โดยจะคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ของวงเงิน เช่น 5% ถึง 15% ส่วนระบบพวกฟ้องหรือระบบอุปถัมภ์เป็นการทุจริตคอร์รัปชัน ทั้งช่วยเหลือพวกฟ้อง เข้าทำงาน การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง การพิจารณาความดีความชอบ

สภาพการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชัน หน่วยงานได้ดำเนินการป้องกันแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชัน ได้แก่ การจัดซื้อจัดจ้าง บุคลากรของหน่วยงานและกรรมการมีการสอดส่องตรวจสอบที่มี มาตรการเคร่งครัด การกินตามน้ำหรือปิดหูปิดตา หน่วยงานได้รณรงค์ต่อต้านการคอร์รัปชันตามนโยบาย ของรัฐบาลไม่ให้เชื่อคนง่าย การเข้าสู่ตำแหน่งหน้าที่การงานได้ป้องกันโดยได้ตรวจสอบอย่างเคร่งครัด มีการสอบเข้าอย่างยุติธรรม การรับสินบาทคาดสินบนหน่วยงานได้ปรับปรุงงานให้มีประสิทธิภาพ การประมูลโครงการ การฮั้วกัน) กระทรวง ทบวง กรม และองค์กรภาครัฐอื่น ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ใช้วิธี E-auction การรับค่าคอมมิชชั่นองค์กรตั้งกรรมการติดตามตรวจสอบอย่างเข้มงวดไม่ได้รับ ค่าคอมมิชชั่น ส่วนระบบพวกฟ้องหรือระบบอุปถัมภ์ได้รับบุคคลเข้าทำงาน โดยการสอบเข้าด้วยความ ยุติธรรม

แนวทางการป้องกันและแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชัน ฝ่ายบริหารโดยกระทรวง ทบวง กรม และองค์กรภาครัฐอื่น ๆ ในเขตกรุงเทพมหานคร ควรยึดระเบียบอย่างเคร่งครัด ใช้หลักธรรมาภิบาล ให้แต่ละองค์กรตั้งคณะกรรมการตรวจสอบการจัดซื้อจัดจ้าง การรับบุคคลเข้าทำงาน การพิจารณาความ ดีความชอบ ต้องใช้ระบบความดีความถูกต้อง (Merit System) ปราศจากระบบอุปถัมภ์ ควรบรรจุวิชา ปัญหาการทุจริตคอร์รัปชันไว้ในหลักสูตรการเรียนการสอนตั้งแต่ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษาและ ระดับอุดมศึกษา เพื่อปลูกฝังค่านิยมที่ดี ควรจัดตั้งกลุ่ม ชมรม ระดับชุมชน เขต จังหวัดและระดับประเทศ เพื่อต่อต้านปัญหาการคอร์รัปชัน ส่วนการใช้วิธี E-auction ในการจัดซื้อจัดจ้าง การประมูลโครงการ บางประเภททาง Internet ใช้เวลาสั้น ๆ ผู้เสนอโครงการไม่สามารถปฏิบัติตามได้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 ประชาชนต้องมีส่วนร่วมในการป้องกันแก้ไขปัญหาทุจริตคอร์รัปชัน องค์กรหรือหน่วยงานที่ เกี่ยวข้องควรจัดตั้งกลุ่มหรือชมรมของประชาชน ตั้งแต่ระดับชุมชน ระดับเขต จังหวัดและระดับประเทศ เพื่อร่วมกันต่อต้านและป้องกันปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน

1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรยึดกฎระเบียบของราชการอย่างเคร่งครัด ผู้บริหารต้องใช้หลัก ธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการองค์กร เพื่อป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันระบบพวกฟ้องหรือระบบ

อุปถัมภ์ ไม่ว่าจะเป็นการจัดซื้อจัดจ้าง การรับบุคคลเข้าทำงาน การเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง การพิจารณาความดีความชอบ

1.3 ควรสร้างหลักสูตรการเรียนการสอนการทุจริตคอร์รัปชันเน้นสาเหตุไทยและแนวทางการป้องกันแก้ไข สำหรับนักเรียนระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และระดับอุดมศึกษา เพื่อจะปลูกฝังสร้างค่านิยมต่อต้านการทุจริต คอร์รัปชันให้เด็กและเยาวชนได้สืบสานต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรจะทำวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เกี่ยวกับสาเหตุและแนวทางการป้องกันแก้ไขการทุจริต คอร์รัปชัน เพื่อจะได้ทราบข้อมูลเชิงลึก

2.2 ควรทำวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ เกี่ยวกับสภาพปัญหา และแนวทางการป้องกันแก้ไขการทุจริตคอร์รัปชันในภาคอื่นของประเทศ

2.3 ควรทำวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เกี่ยวกับผลกระทบของการทุจริตคอร์รัปชันต่อการพัฒนาประเทศ

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณ์ วงศ์วิเศษธร. (2561). การทุจริตคอร์รัปชันในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. สืบค้นเมื่อ 3 พฤษภาคม 2565, จาก <http://wiki.kpi.ac.th/index.php?title>
- กัณทิมา แสงรอด. (2553). แนวทางการป้องกันการทุจริตในการจัดซื้อจัดจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบลขอนแก่น (การศึกษาคิธีรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต). วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ดวงหทัย อินทะชัย. (2553). กระบวนการทุจริตคอร์รัปชันในการบรรจุและแต่งตั้งพนักงานส่วนท้องถิ่น (วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ปิยะธิดา อภัยภักดิ์. (2561). แนวทางการป้องกันและปราบปรามการทุจริตคอร์รัปชันในหน่วยงานภาครัฐ. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม, 13(1), 1–12.
- รัตพงษ์ สอนสุภาพ. (2557). มาตรการป้องกันการคอร์รัปชันการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ. ประชาคมวิจัย 20(117) , 6–7.
- วันเพ็ญ สุขประเสริฐ และศุภณัฐ ทรัพย์นาวิ. (2561). แนวทางการป้องกันการทุจริตในการจัดซื้อจัดจ้างตามพระราชบัญญัติ พ.ศ.2560 (ฉบับใหม่) ขององค์การบริหารส่วนตำบลในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเพชรบุรี. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร (ฉบับภาษาไทย) สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 11(3), 3186–3206.

- ศาสนา ประทาน. (2554). *การป้องกันการทุจริตคอร์รัปชันขององค์การบริหารส่วนตำบลควาย อำเภอสรีเมืองใหม่ จังหวัดอุบลราชธานี* (การศึกษาอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). *CIA World Fact Book*. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2564, จาก กระทรวงแรงงาน บริษัทการทำอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). *ศูนย์ปฏิบัติการต่อต้านการทุจริต*. สืบค้นเมื่อ 2 ธันวาคม 2564, จาก https://www.nesdc.go.th/article_attach/article_file_20210201184051.pdf
- สุทธิรัตน์ อ่อนเที่ยง. (2544). *คอร์รัปชันในระบบราชการไทย : ศึกษากรณีกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง* (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

การตลาดแบบผสมทุกช่องทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอที ของผู้บริโภคในประเทศไทย

The Affecting of Omni Channel Marketing Towards it Product Purchase Decision Making in Thailand

พิษณุ ลาภชัยเจริญกิจ¹, ภาศิริ เขตปิยรัตน์² และ กัลยรัตน์ คำพรหม³

Pitsanu Lapchaicharoenkit¹, Pasiri Khetpiyarat² and Kanyarat Kamprom³

นักศึกษาปริญญาโท มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์¹

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์^{2,3}

Master Student of Uttaradit Rajabhat University, Thailand¹

Faculty of management Science, Uttaradit Rajabhat University, Thailand^{2,3}

E-mail: ¹g64553490112@live.ur.ac.th; ²PASIRI.KHE@live.ur.ac.th

Retrieved August 8, 2022; Revised November 2, 2022; Accepted November 28, 2022

DOI: 10.14456/jappm.2022.18

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นการตลาดแบบผสมทุกช่องทาง และการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภค และ 2) เพื่อศึกษาการตลาดแบบผสมทุกช่องทางที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภคในประเทศไทย ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อสินค้าไอทีทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 385 คน และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถามออนไลน์ผ่านกูเกิ้ลฟอร์ม การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการตลาดแบบผสมทุกช่องทาง ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการเชื่อมโยงช่องทางเข้าหาผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการส่งมอบประสบการณ์ที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง และน้อยที่สุด คือการเข้าใจพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภค

2. ระดับความคิดเห็นด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าไอที ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่ามากที่สุด คือ ด้านการแสวงหาข้อมูล รองลงมา คือ ด้านการประเมินทางเลือก และน้อยที่สุด คือ ด้านประสบการณ์หลังการซื้อ

3. ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า การเชื่อมโยงช่องทางเข้าหาผู้บริโภค การสร้างความผูกพันกับผู้บริโภค และการส่งมอบประสบการณ์ที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนการเข้าใจพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภค มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อธิบายค่าความผันแปรของการตลาดแบบผสานทุกช่องทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภคในประเทศไทย ได้ร้อยละ 60.6 ($R^2 = .606$)

คำสำคัญ: การตลาดแบบออมนิชาแนล; สินค้าไอที

Abstract

The objectives of this research were 1) to examine the consumer's opinions for Omni Channel Marketing effecting the purchase decision making of IT product, and 2) the Omni Channel Marketing that effected the consumer's buying decisions of IT products. The samples of this study included the consumers who had experiences in buying IT products both of offline (physical store) and online channel for 385 people by using a Convenience sampling method. In addition, the study's tool in collecting data was a Google form's questionnaire online. The statistical methods were use data analysis is Descriptive Analysis such as percentage, mean and standard deviation. The statistics used for testing hypotheses is Inferential Statistics including Multi Regression Analysis with hypothesis testing. The research results were found as follows;

1. The consumers' opinions effecting omni channel marketing in purchase decisions of IT products in four aspects which were the Integrating, the Maximizing, the Delivering and the Engaging for over all found opinion in agree, which was the Integrating found opinion in most agree.

2. The purchase decision making of IT products process in five aspects which were need recognition, search for information, pre-purchase evaluation of alternatives, purchase decision and post- statistically for over all found opinion in agree , which were search for information, pre-purchase evaluation of alternatives and purchase decision found opinion in most agree.

3. The result revealed of hypotheses omni channel marketing are associated with purchase decisions of IT products process, in the same direction where the significant level at .05 and the Engaging found opinion in most effecting, explaining the variability in the use of Omni Channel Marketing effecting the purchase decision making of IT product at 60.6 percent ($R^2 = .606$).

Keywords: Omni Channel Marketing; IT Product

บทนำ

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีก่อให้เกิดกระแสการเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคดิจิทัล (Digital Transformation) ส่งผลให้มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพิ่มมากขึ้นในชีวิตประจำวัน ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ยิ่งเป็นปัจจัยที่เร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากในโลกธุรกิจ มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เรียกว่า “วิถีใหม่” หรือ “New Normal” อาทิ Work From Home (WFH) และ การเรียนออนไลน์ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับการสำรวจการใช้อินเทอร์เน็ตของคนไทยในปี 2564 ของ สพธอ. (ETDA) ของกระทรวงดิจิทัลเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ที่พบว่าคนไทยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยถึงวันละ 10 ชั่วโมง 36 นาที แต่ที่น่าสนใจคือการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 47.7 (สำนักพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2564) ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกต้องปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงจากการปรับพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคที่ทุกสิ่งทุกอย่างล้วนแล้วแต่ต้องผ่านสื่อที่เป็นดิจิทัล

จากพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ที่มีสัดส่วนสูงเพิ่มมากขึ้น รวมถึงผู้บริโภคมีการทำงานและเรียนจากบ้านเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้นักการตลาดหันมาใช้สินค้าไอทีที่มีเพิ่มมากขึ้น และร้านค้าปลีกสินค้าไอทีจึงได้รับผลกระทบในเชิงบวกตามไปด้วยเช่นกัน จากการคาดการณ์มูลค่าการใช้รายด้านไอทีของ Gartner (M Report, 2564) คาดว่าการใช้จ่ายด้านเทคโนโลยีสารสนเทศทั่วโลกปี 2565 ในทุกเซกเมนต์มีแนวโน้มจะกลับมาเติบโต โดยมีมูลค่ารวมที่ 4.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 5.5 จากปี 2564 ในส่วนของประเทศไทยคาดการณ์ว่ามูลค่าการใช้รายด้านไอทีในปี 2565 จะเติบโตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 6.4 หรือคิดเป็นมูลค่า 8.7 แสนล้านบาท และ Gartner ยังได้คาดการณ์ว่าทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย มูลค่าใช้จ่ายในหมวดอุปกรณ์ดีไวซ์ (สำหรับคอมพิวเตอร์พีซีและแท็บเล็ตเป็นหลัก) จะมีการเจริญเติบโตสูงสุดในช่วงไตรมาสสุดท้ายของปี 2565 ซึ่งคาดว่าจะเป็ผลมาจากกิจกรรมแบบรีโมทต่าง ๆ ที่กลายเป็นวิถีใหม่ (New Normal) อาทิ การทำงาน การดูแลสุขภาพและการเรียนการสอนทางไกลที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยผู้บริโภคและองค์กรธุรกิจต่างอัปเดตอุปกรณ์และ/หรือลงทุนในอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่อหลากหลายเครื่องเพื่อใช้ทำงานระยะไกลและแบบไฮบริด จากการวิเคราะห์ข้างต้นถือว่าเป็นจังหวะที่ดีของผู้ประกอบการทางด้านไอทีที่จะวางแผนการตลาดเพื่อช่วงชิงโอกาสในการสร้างยอดขายในช่วงเจริญเติบโตของธุรกิจไอที

“วิถีใหม่” หรือ “New Normal” ส่งผลให้การแข่งขันกันอย่างรุนแรงของร้านค้าออนไลน์นั้นมีมากขึ้นนั้นหมายความว่าคู่แข่งในตลาดย่อมมีมากขึ้นด้วยเช่นกัน แม้ว่าตลาดค้าปลีกออนไลน์จะยังคงขยายตัวร็วร้อยละ 8-10 แต่ยังเป็นอัตราที่ชะลอลงเมื่อเทียบกับปีพ.ศ. 2563 ที่ขยายตัวร็วร้อยละ 20 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 7.7 ของมูลค่าตลาดค้าปลีกรวม นั้นหมายถึงยังคงมีมูลค่าของตลาดออฟไลน์อยู่ถึงร้อยละ 92.3 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2563) ทำให้เห็นว่า แม้การระบาดของโรคติดต่อเชื้อโควิด-19 จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการซื้ออย่างไร แต่ปัจจุบันผู้บริโภคไม่ได้มองว่าจะซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์หรือออฟไลน์เท่านั้น แต่จะเลือกซื้อในช่องทางที่สะดวกและตอบโจทย์ที่สุุดมากกว่า

(Marketeer, 2563) ผู้ประกอบการที่สามารถผสมผสานการขายทั้งแบบ “ออฟไลน์” และ “ออนไลน์” เข้าด้วยกันโดยตอบโจทย์ความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคได้นั้นคือโอกาสในการสร้างยอดขายให้เพิ่มขึ้น

มีการคาดการณ์ว่าแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคหลังผ่านวิกฤตการระบาดของโรคติดต่อเชื้อโควิด-19 ไว้ดังนี้คือ ผู้บริโภคจะยังซื้อสินค้าผ่านทั้งช่องทางออนไลน์และหน้าร้านร้อยละ 39 ซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ต่อไปร้อยละ 28 กลับไปซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านร้อยละ 24 และอีกร้อยละ 9 เลือกที่จะซื้อในรูปแบบอื่น ๆ (Sarun Rojanasoton, 2020) การทำการตลาดโดยบูรณาการช่องทางการขายสินค้าและบริการต่าง ๆ เข้าด้วยกันอย่างครบวงจร ดึงเอาจุดเด่นทั้งของการสื่อสารการตลาดแบบดั้งเดิม (Traditional Marketing) กับการสื่อสารการตลาดในยุคดิจิทัล (Digital Marketing) และเชื่อมต่อทั้งสองช่องทางนี้เพื่อนำเสนอประสบการณ์แบบไร้รอยต่อ (Seamless Experience) ให้กับลูกค้าได้อย่างไม่มีสะดุด เรียกกันว่า Omni Channel Marketing หรือ การตลาดแบบผสานทุกช่องทาง เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างประโยชน์ให้กับผู้ประกอบการหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายและการเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ยังสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการเชื่อมโยงข้อมูลของผู้บริโภคทั้งแบบออนไลน์ (Online) และแบบออฟไลน์ (Offline) อย่างเป็นระบบ

จากบริบทข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่ศึกษาเรื่อง การตลาดแบบผสานทุกช่องทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าโอท็อปของผู้บริโภคในประเทศไทย ผลที่ได้จากการศึกษาจะได้เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกสินค้าโอท็อป ได้นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปพัฒนากลยุทธ์การตลาดแบบผสานทุกช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าโอท็อปให้เกิดประสิทธิภาพ วางแผนลงทุนในการเชื่อมโยงการตลาดทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ขององค์กรได้อย่างเหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด นำมาสู่การสร้างยอดขายให้ตรงตามเป้าหมาย อีกทั้งยังเป็นการสร้างการรับรู้และภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นด้านการตลาดแบบผสานทุกช่องทาง (Omni Channel Marketing) และการตัดสินใจซื้อสินค้าโอท็อปของผู้บริโภค
2. เพื่อศึกษาการตลาดแบบผสานทุกช่องทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าโอท็อปของผู้บริโภคในประเทศไทย

สมมติฐานการวิจัย

H1 : การตลาดแบบผสานทุกช่องทางมีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าโอท็อปของผู้บริโภคในประเทศไทย

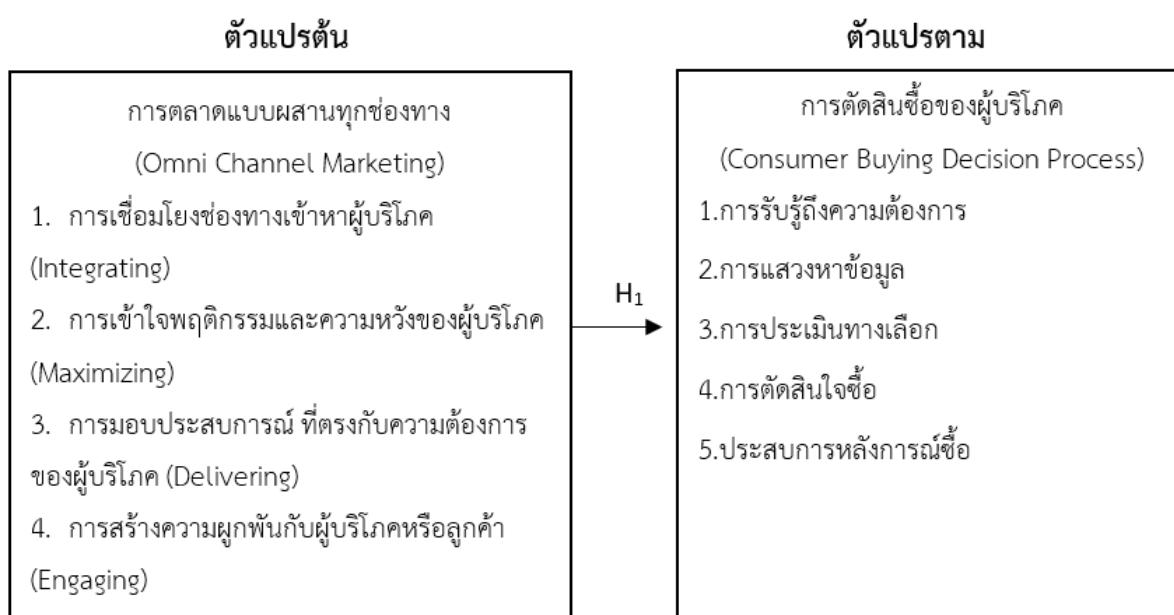
การทบทวนวรรณกรรม

การตลาดแบบผสมผสานทุกช่องทาง คือการทำการตลาดที่ผสมผสานระหว่าง Digital Marketing และ Traditional Marketing เข้าไว้ด้วยกัน โดยให้ประสบการณ์ของลูกค้าที่เข้ามาในกระบวนการตลาดนั้นรู้สึกถึงความเชื่อมโยง และไร้รอยต่อระหว่างการตลาดแบบออนไลน์และออฟไลน์ Memaytapriya (2022) และ อสมมาณีย์ เขียวมีสวน (2561) กล่าวว่า การตลาดแบบผสมผสานทุกช่องทาง (Omni Channel Marketing) หมายถึง ธุรกิจที่พยายามสร้างประสบการณ์ที่มีความสอดคล้องเชื่อมโยงให้แก่ลูกค้าผ่านการซื้อสินค้าหลายช่องทางที่สามารถเข้าถึงลูกค้าได้จากฐานข้อมูลเดียวกันที่มีการเชื่อมโยงระหว่างทุกช่องทางอย่างสมบูรณ์ ซึ่งหลักสำคัญของวิธีการนี้คือ การมุ่งเน้นประสบการณ์การใช้จ่ายเพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ โดยคำนึงถึงลูกค้าเป็นศูนย์กลางในการปฏิบัติ ทั้งนี้ ธุรกิจที่มีหน้าร้านแบบเดิม ๆ ได้ตระหนักถึงการหันมาปรับเปลี่ยนธุรกิจตนเอง โดยเริ่มจากการเพิ่มช่องทางออนไลน์เข้ามาร่วมกับช่องทางเดิมที่มีอยู่เพื่อเปลี่ยนแปลงรูปแบบการซื้อขายสินค้าให้แปลกใหม่ มีความน่าตื่นต้าม มีอารมณ์ร่วมในการซื้อสินค้าและประสบการณ์การซื้อสินค้า รวมทั้งยังสร้างความผูกพันให้กับแบรนด์ก่อให้เกิดความจงรักภักดี อีกทั้ง จากผลทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการตลาดแบบผสมผสานทุกช่องทางของกิตติพงศ์ คงธนาทรัพย์ และ อิสราภรณ์ ลาตละคร (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่าง Omni Channel Marketing กับพฤติกรรมผู้บริโภคธุรกิจค้าปลีก ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการรวบรวมช่องทางที่หลากหลายซึ่งเชื่อมโยงกันอย่างไร้รอยต่อในฐานะที่เป็น Omni Channel Marketing ประกอบด้วย ด้านการเชื่อมโยงข้อมูล กลยุทธ์การสื่อสาร การส่งมอบสินค้า การชำระเงิน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคธุรกิจค้าปลีกและมีทิศทางเดียวกันอย่างเดียวกัน นอกจากนี้ สรวดี ศรีเวทย์บดี (2562) ศึกษาถึงการใช้กลยุทธ์การตลาดแบบผสมผสานทุกช่องทาง ตลอดจนแนวโน้มการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกลยุทธ์การตลาดแบบผสมผสานทุกช่องทางของบริษัทในประเทศไทย จากผลการศึกษา พบว่าบริษัทส่วนใหญ่มีกลยุทธ์การตลาดแบบผสมผสานทุกช่องทาง (Omni-channel) โดยเน้นการขยายสาขา หรือแตกไลน์ผลิตภัณฑ์เดิม ควบคู่กับการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ และนำเทคโนโลยีมาช่วยในการบริหารช่องทางทั้งออฟไลน์และออนไลน์ในระดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ ระดับที่ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์การจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ และบล็อกเชน และระดับที่ใช้เทคโนโลยีดั้งเดิม ได้แก่ เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โปรแกรมไลน์แชท และจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ การวิจัยครั้งนี้ เป็นการต่อยอดการวิจัยด้านกลยุทธ์การตลาดแบบผสมผสานทุกช่องทางในบริบทประเทศไทย และผลที่ได้จากการศึกษา สามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการกำหนดกลยุทธ์การตลาดแบบผสมผสานทุกช่องทาง และการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกลยุทธ์ดังกล่าวสำหรับบริษัทต่าง ๆ ในประเทศไทย อีกทั้ง กฤษณะ หลัคงคา (2564) ได้ศึกษากล่าวถึงการวางแผนช่องทางการตลาดสำหรับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในยุคโควิด-19 ซึ่งเป็นผลมาจากกระแสการใช้ชีวิตของคนในสังคมปัจจุบันเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว อีกทั้งสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เพื่อส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค

ทั้งนี้ จากการทบทวนวรรณกรรม ทำให้เห็นความน่าสนใจของการตลาดแบบผสมทุกช่องทางในการนำมาใช้กับธุรกิจค้าปลีกไอที เพื่อเป็นการปรับปรุงรูปแบบของธุรกิจค้าปลีกให้รองรับและตอบโต้ความต้องการของผู้บริโภคหลังสถานการณ์โควิด-19 รวมทั้งการออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อให้องค์การธุรกิจประสบความสำเร็จในการดำเนินงานต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้จะศึกษาเรื่องการตลาดแบบผสมทุกช่องทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในประเทศไทย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยกรอบแนวคิดในงานวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

แจกแบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมาย โดยส่ง link ของแบบสอบถามในรูปแบบ Google Form ผ่านทางช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย Group Line, Facebook, Broadcast ของ Line official เพื่อให้เกิดการกระจายแบบสอบถามไปยังผู้บริโภคให้ได้มากที่สุด รวมถึงอีเมลของกลุ่มเป้าหมายที่มีฐานข้อมูล รวบรวมข้อมูลจากทุกแหล่งและคัดกรองแบบสอบถาม แบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ซื้อสินค้าไอทีทั้งออฟไลน์และออนไลน์ จะนำมาวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์หลักของงานวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเรื่อง การตลาดแบบผสมผสานทุกช่องทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภคในประเทศไทย เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคในประเทศไทยที่มีประสบการณ์ซื้อสินค้าไอทีทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนของประชากรได้ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณของ Cochran (1953) ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 ตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มแบบอาศัยความไม่น่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธี การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ทำการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถามเพื่อศึกษา เรื่อง “การตลาดแบบผสมผสานทุกช่องทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภคในประเทศไทย” ประกอบด้วย ออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ และพฤติกรรมการซื้อสินค้าไอทีผ่านช่องทางหน้าร้าน(ออฟไลน์)และช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภค

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตลาดแบบผสมผสานทุกช่องทาง โดยแบ่งเป็น 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การเชื่อมโยงช่องทางเข้าหาผู้บริโภคหรือลูกค้า(Integrating) 2) การเข้าใจพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภค (Maximizing) 3) การส่งมอบประสบการณ์ที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง (Delivering) 4) การสร้างความผูกพันกับผู้บริโภค (Engaging) โดยเป็นคำถามแบบมาตรวัดแบบลิเคอร์ท (Likert Scale) 5 ระดับ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวข้องกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าไอที ประกอบไปด้วย ส่วนประกอบของคำถามดังนี้ 1) การรับรู้ถึงความต้องการ 2) การแสวงหาข้อมูล 3) การประเมินทางเลือก 4) การตัดสินใจซื้อ 5) ประสบการณ์หลังการซื้อ โดยเป็นคำถามแบบมาตรวัดแบบลิเคอร์ท (Likert Scale) 5 ระดับ

โดยในส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 มีเกณฑ์การแบ่งระดับ ดังนี้

เกณฑ์ในการแปลผลแต่ละช่วงคะแนนเฉลี่ยของระดับ (วิชิต อุ๋น, 2550) ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ช่วงระดับคะแนนเฉลี่ย} &= (\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด})/\text{จำนวนชั้น} \\ &= (5-1)/5 \\ &= 0.8\end{aligned}$$

เกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย มีเกณฑ์ดังนี้

- 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด
- 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย
- 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นปานกลาง
- 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก
- 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด

ผู้วิจัยได้มีการประเมินคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นสำหรับการวิจัยไปทำการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ 2 ส่วน

1. ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Validity) โดยการนำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ที่ปรับปรุงแก้ไขและผ่านความเห็นชอบของอาจารย์ที่ปรึกษาไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้อง ครอบคลุมเนื้อหาและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC (Item Objective Congruence Index) ได้เท่ากับ 0.67–1.00 เลือกเฉพาะที่ได้ค่า IOC มากกว่า 0.5 มาเป็นข้อคำถาม และปรับปรุงแก้ไขข้อความตามที่ผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะ

2. ความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดสอบจริงกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง แต่ไม่ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย แล้วนำผลข้อมูลที่ได้นั้นมาวิเคราะห์เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นขอแบบสอบถามก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือแบบสอบถาม (Reliability)

ชื่อตัวแปร	Cronbach's Alpha (n=30)
1. องค์ประกอบแบบผสมผสานทุกช่องทาง	
1.1 การเชื่อมโยงช่องทางเข้าทางผู้บริโภค (Integrating)	0.850
1.2 การเข้าใจพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภค (Maximizing)	0.830
1.3 การส่งมอบบริการที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง (Delivering)	0.904
1.4 การเชื่อมโยงช่องทางเข้าทางผู้บริโภคร (Engaging)	0.959
2. การตัดสินใจซื้อสินค้าโอทีของผู้บริโภค	0.937
ค่าความเชื่อมั่นรวมแบบสอบถามทั้งฉบับ	0.964

จากตารางที่ 1 ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเมื่อนำไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง 30 คน พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค Cronbach, Lee J. (1974). ของทุกตัวแปรรวมถึงของแบบสอบถามรวมทั้งฉบับ พบว่า โดย Rating Scales มีค่ามากกว่า 0.70 ตามเกณฑ์ที่กำหนด จากผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ของมาตรวัดตัวแปรผ่านเกณฑ์ที่กำหนด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic Analysis)

1.1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมในการซื้อสินค้าโอทีที่ทั้งช่องทางออฟไลน์ และออนไลน์ของผู้บริโภค วิเคราะห์โดย การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

1.2 ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นความคิดเห็นขององค์ประกอบการตลาดแบบออนไลน์และกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภค วิเคราะห์โดย ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ใช้ในการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้สถิติอ้างอิงวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multi Regression Analysis) แบบ Enter Selection เพื่อต้องการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ (Independent Variation) แต่ละตัว ว่าจะสามารถพยากรณ์ตัวแปรตามตัว (Dependent Variation) ได้หรือไม่ มากน้อยเพียงใด

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาความคิดเห็นด้านการตลาดแบบผสมทุกช่องทางและการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภค

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นในภาพรวมขององค์ประกอบการตลาดแบบผสมทุกช่องทาง 4 ด้าน

องค์ประกอบการตลาดแบบผสมทุกช่องทาง	$\bar{X}$	S. D.	ระดับความคิดเห็น
การเชื่อมโยงช่องทางเข้าหาผู้บริโภค	4.30	0.68	มากที่สุด
การเข้าใจพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภค	3.97	0.79	มาก
การส่งมอบประสบการณ์ที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง	4.15	0.74	มาก
การสร้างความผูกพันกับผู้บริโภค	4.10	0.84	มาก
รวม	4.13	0.63	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัยระดับความคิดเห็นด้านการตลาดแบบผสมทุกช่องทาง พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณาแต่ละองค์ประกอบพบว่า ด้านการเชื่อมโยงช่องทางเข้าหาผู้บริโภค มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด รองลงมาคือด้านการส่งมอบประสบการณ์ที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง ถัดมาคือด้านการสร้างความผูกพันกับผู้บริโภคและการเข้าใจพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภคตามลำดับ

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นในภาพรวมของการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภค	$\bar{X}$	S. D.	ระดับความคิดเห็น
การรับรู้ถึงความต้องการ	4.05	0.68	มาก
การแสวงหาข้อมูล	4.26	0.67	มากที่สุด
การประเมินทางเลือก	4.25	0.69	มากที่สุด
การตัดสินใจซื้อ	4.22	0.60	มากที่สุด
ประสบการณ์หลังการซื้อ	3.99	0.78	มาก
รวม	4.15	0.69	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิจัยระดับความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภค พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านโดยเรียงลำดับระดับความคิดเห็นจากมากที่สุด ได้ดังนี้ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ และด้านประสบการณ์หลังการซื้อ ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 2 ศึกษาการตลาดแบบผสมทุกช่องทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภคในประเทศไทย

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของการตลาดแบบผสมทุกช่องทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภคในประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ	การตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภค					
	B	b	SE	t	p-value	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	1.298		.124	10.457	.000	
1.การเชื่อมโยงช่องทางเข้าหาผู้บริโภค (x_1)	.247	.297	.037	6.600	.000**	1.948
2.การเข้าใจพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภค (x_2)	.063	.089	.030	2.130	.034*	1.679
3.การส่งมอบประสบการณ์ที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง (x_3)	.126	.165	.039	3.182	.002**	2.593
4.การสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค (x_4)	.248	.370	.030	8.176	.000**	1.973
R=0.778, R ² =0.606, Adj R ² =0.602, SE=0.356, F=147.914						

*ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 **ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณรายด้าน พบว่า การเชื่อมโยงช่องทางเข้าหาผู้บริโภค การสร้างความผูกพันกับผู้บริโภค และการส่งมอบประสบการณ์ที่ตรงต่อความต้องการของ

ผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนการเข้าใจพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภค มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อธิบายค่าความผันแปรของการตลาดแบบออนไลน์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภค ได้ร้อยละ 60.6 ($R^2=0.606$)

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ โดยวิธี Enter Selection พบว่า การสร้างความผูกพันกับผู้บริโภคมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภคมากที่สุด รองลงมาคือการเชื่อมโยงช่องทางเข้าหาผู้บริโภค ถัดมาคือการส่งมอบประสบการณ์ที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง และการเข้าใจพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภค ตามลำดับ

โดยได้สมการพยากรณ์จากการวิเคราะห์แบบ Enter Selection ดังนี้

$$Y = 1.298 + 0.247 X_1 + 0.063X_2 + 0.126X_3 + 0.248X_4$$

โดยที่ Y = การตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภค

X_1 = การเชื่อมโยงช่องทางเข้าหาผู้บริโภค

X_2 = การเข้าใจพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภค

X_3 = การส่งมอบประสบการณ์ที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

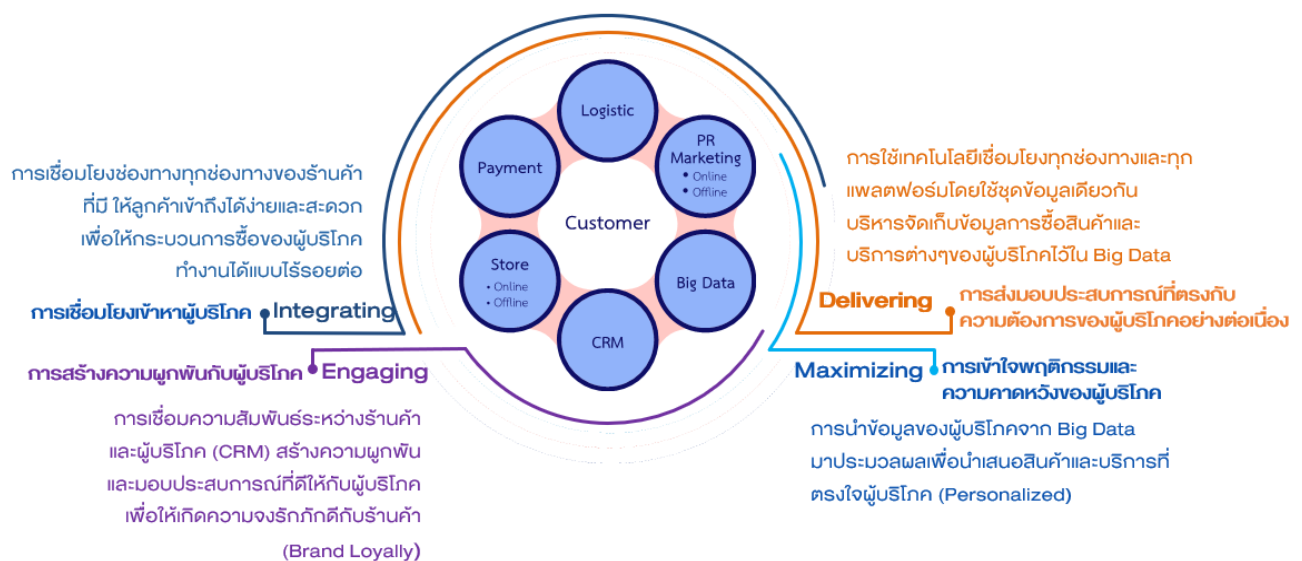
X_4 = การสร้างความผูกพันกับผู้บริโภค

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า องค์ประกอบการตลาดแบบผสมทุกช่องทางในด้านการเชื่อมโยงช่องทางเข้าหาผู้บริโภค (Integrating) ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเลือกชำระเงินได้หลากหลายรูปแบบเมื่อซื้อสินค้าไอทีในทุกช่องทางของร้านค้า ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภคอาจจะไม่ได้สะดวกที่จะชำระเงินด้วยเงินสด การโอนเงิน หรือชำระผ่านบัตรเครดิตเพียงเท่านั้น ผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมีความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีในการชำระเงินที่มีความทันสมัยและหลากหลายมากยิ่งขึ้น อาทิ ชำระผ่าน wallet ต่าง ๆ หรือ เงินสกุลดิจิทัล เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) (2565) ที่กล่าวไว้ว่า การทำ “เว็บไซต์” หรือ “แอปฯ” ให้ลูกค้าใช้อย่างเดียวคงไม่พอ เนื่องจากผลงานวิจัยพบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 75.6 ที่เข้ามาใช้บริการกลับออกไปมือเปล่า เพียงเพราะวิธีการจ่ายเงินยุ่งยากซับซ้อน และไม่รองรับการใช้งานตามความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ปัจจุบันวิธีการชำระเงิน ไม่ได้มีแค่การโอนเงินผ่านธนาคาร หรือตัดผ่านบัตรเครดิตเท่านั้น ยังพบว่าการใช้เทคโนโลยีด้าน Payment Gateway ที่ก้าวหน้า ทำให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกในการชำระเงินต่างกันไปตามไลฟ์สไตล์ ทั้งระบบกระเป๋าเงินออนไลน์ (e-Wallet) การใช้จ่ายผ่านคิวอาร์โค้ด (QR Scan) ฯลฯ ซึ่งจากการสำรวจความต้องการของผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าจากช่องทางออนไลน์พบว่า จำนวนผู้บริโภคมากกว่าร้อยละ 50 ต้องการตัวเลือกการชำระเงินที่หลากหลาย และส่งผลให้มีโอกาสปิดการขายสำเร็จมากขึ้นไปด้วย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า องค์ประกอบการตลาดแบบผสมผสานทุกช่องทางด้านการสร้างความผูกพันกับผู้บริโภค (Engaging) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภคมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริโภครู้สึกอบอุ่นใจเหมือนซื้อสินค้ากับคนรู้จักกัน ไม่ว่าจะจากการเป็นสมาชิกและมีการสะสมแต้มเพื่อรับส่วนลดหรือของสมนาคุณ การได้รับสิทธิพิเศษในวันสำคัญหรือเทศกาลพิเศษต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ อัครนุไร เตชะสวัสดิ์ (2560) ที่พบว่า องค์การค่าปลีกที่ประสบความสำเร็จในการปรับตัวเข้าสู่การค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อ (Omni Channel Marketing) จะเป็นผู้นำค้าปลีกที่มีพลังเข้มแข็ง มีศักยภาพในการอยู่รอดและเติบโตในยุคการตลาด 4.0 เพราะเป็นแนวทางที่มุ่งตอบสนองความพอใจแก่ผู้บริโภคเป็นสำคัญ โดยอาศัยการบริหารจัดการฐานข้อมูลผู้บริโภคที่มีประสิทธิภาพ และระบบปฏิบัติการที่มีความเชื่อมโยงกันทุกช่องทาง จนสามารถนำไปสู่การบริการลูกค้าอย่างเหมาะสมและตอบสนองความพอใจแก่ลูกค้าได้ถึงระดับรายบุคคล ซึ่งจะนำมาสู่การสร้าง ความภักดีและความผูกพันระหว่างผู้บริโภคและผู้ค้าปลีก อันจะส่งผลให้ธุรกิจค้าปลีกเติบโตก้าวข้าม การเปลี่ยนแปลงของยุคสมัยต่อไปได้

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย



ภาพที่ 2 P-OCM Model

แนวทางการนำการตลาดแบบผสมผสานทุกช่องทางมาประยุกต์ใช้กับร้านค้าปลีกไอที

1. เชื่อมโยงช่องทางเข้าหาผู้บริโภค (Integrating) ด้วยการเชื่อมโยงขั้นตอนการขายในทุกแพลตฟอร์มและกระบวนการซื้อของผู้บริโภคเข้าไว้ด้วยกัน โดยนำข้อมูลแต่ละช่องทางมาผสานเข้าด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นช่องทางการจัดจำหน่าย (Store) ช่องทางการชำระเงิน (Payment) การจัดส่งสินค้า

(Logistic) รวมถึงช่องทางการติดต่อและการประชาสัมพันธ์ (PR Marketing) ทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องโดยเริ่มตั้งแต่ก่อนการซื้อสินค้าจนกระทั่งสินค้าถึงมือผู้บริโภค

2. ส่งมอบประสบการณ์ที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง (Delivering) ด้วยการใช้เทคโนโลยีเชื่อมโยงทุกช่องทางและทุกแพลตฟอร์มของการขาย/บริการโดยใช้ชุดข้อมูลเดียวกันเพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการการสั่งซื้อสินค้าและการใช้บริการต่างๆ แก่ผู้บริโภคได้ครบวงจรได้ทุกที่ทุกเวลา สร้างประสบการณ์แบบไร้รอยต่อ รวมถึงบริหารจัดการเก็บฐานข้อมูลการซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคไว้ใน Big Data

3. การเข้าใจพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภค (Maximize) ด้วยการนำเอาข้อมูลพฤติกรรม การซื้อสินค้าและการใช้บริการของผู้บริโภค (Big Data) มาทำการวิเคราะห์เพื่อนำเสนอสินค้าและบริการ (Data Driven) ให้สอดคล้องกับความพึงพอใจ ความคาดหวัง และพร้อมกับการตอบสนองของผู้บริโภคเฉพาะรายบุคคล (Personalized)

4. สร้างความผูกพันกับผู้บริโภค (Engaging) ด้วยการสร้างกิจกรรมที่เชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างร้านค้าและผู้บริโภค (CRM) สร้างความผูกพันและมอบประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความจงรักภักดีกับร้านค้า (Brand Loyalty) และจะนำมาให้เกิดการซื้อซ้ำและบอกต่อ อาทิ การให้สิทธิพิเศษในวันสำคัญหรือในเทศกาลต่างๆ การมีแจ้งเตือนการนำสินค้ามาตรวจเช็ค หรือ การนำคะแนนสะสมสมาชิกมาแลกส่วนลดหรือของสมนาคุณ เป็นต้น

สรุป

จากผลการวิจัย การตลาดแบบผสมทุกช่องทางมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภคในประเทศไทย ผลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นอีกหนึ่งแนวทางให้ผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกสินค้าไอทีได้นำไปวางแผนลงทุนพัฒนากลยุทธ์รูปแบบการขายและทำการตลาดแบบผสมทุกช่องทางด้วยการใช้เทคโนโลยีเข้ามาเชื่อมโยงช่องทางการติดต่อสื่อสารของร้านค้าเข้าไว้ในที่เดียวทั้งที่เป็นออนไลน์หรือ Digital Marketing (เว็บไซต์, Social Media, E-Commerce) และ ออฟไลน์ หรือ Traditional Marketing (หน้าร้านค้าปลีก) โดยทุกจุดจะใช้ชุดข้อมูลเดียวกันเพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการในการซื้อสินค้า/บริการและสื่อสารกับผู้บริโภคได้ครบวงจรแบบไม่สะดุด สร้างให้เกิดความพึงพอใจและซื้อซ้ำ นำมาสู่ความจงรักภักดีต่อร้านค้า (Brand Loyalty) รวมถึงข้อมูลจากพฤติกรรมการซื้อสินค้าและการใช้บริการของผู้บริโภค (Big Data) จะนำออกมาวิเคราะห์ประมวลผลเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ตรงใจ (Personalized) สร้างโอกาสทางการค้า เป็นการเพิ่มลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า การเชื่อมโยงช่องทางเข้าหาผู้บริโภคและการส่งมอบประสบการณ์ที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง เป็นองค์ประกอบของการตลาดแบบผสมผสานทุกช่องทางที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกไอทีควรผสมผสานทุกช่องทางทั้งออฟไลน์และออนไลน์ระหว่างร้านค้ากับผู้บริโภคให้เข้าถึงง่ายและมีความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ ตั้งแต่ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ผู้บริโภคอาจจะเลือกสินค้าจากช่องทางออนไลน์แต่ตัดสินใจซื้อที่หน้าร้านหรือเลือกชมสินค้าจากหน้าร้านแต่ตัดสินใจซื้อบนช่องทางออนไลน์ ช่องทางการประชาสัมพันธ์ทุกมิติเกี่ยวกับการให้ข้อมูลสินค้าและบริการ ผู้บริโภคสามารถเลือกการจัดส่งสินค้าไม่ว่าจะซื้อสินค้าจากช่องทางออฟไลน์หรือออนไลน์ก็สามารถระบุสถานที่จัดส่งได้ รวมถึงมีช่องทางการชำระเงินในหลายรูปแบบรองรับความสะดวกในการชำระเงินของผู้บริโภค

และยังพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญการแสวงหาข้อมูลของผู้บริโภคก่อนตัดสินใจซื้อเป็นอันดับต้นๆ ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกไอที ควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอรูปแบบและคุณภาพของข้อมูลที่ส่งถึงผู้บริโภคทั้งช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบแคตตาล็อก ข้อมูลจากพนักงานขาย หรือ Content บน Social Media สำหรับการแนะนำคุณสมบัติสินค้าไอที(Spec) ราคาสินค้า ข้อมูลสินค้าพร้อมจำหน่าย การบริการหลังการขาย และข้อมูลการบริการต่างๆ ของร้านค้าให้ทันสมัยและน่าสนใจเสมอ รวมถึงหาวิธีการที่จะทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลประชาสัมพันธ์ของร้านค้าให้ได้มากที่สุดและง่ายที่สุด เพื่อสร้างโอกาสในการเป็นตัวเลือกของผู้บริโภคในการหาข้อมูลสำหรับประเมินทางเลือกในการตัดสินใจซื้อสินค้าไอที

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า การสร้างความผูกพันกับผู้บริโภค (Engaging) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าไอทีของผู้บริโภคมากที่สุด ดังนั้น ผู้ประกอบการสินค้าไอทีควรให้ความสำคัญต่อการสร้างความผูกพันกับผู้บริโภคเพื่อให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อซ้ำหรือเป็นลูกค้าประจำของร้าน ไม่ว่าจะเป็น การให้สิทธิพิเศษ การสะสมแต้ม และการให้ส่วนลดในเทศกาลสำคัญ เช่น วันเกิด เทศกาลปีใหม่ เป็นต้น เพราะการสร้างความผูกพันกับลูกค้าจะทำให้เกิดการซื้อซ้ำและการบอกต่อ

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) จากองค์ประกอบด้านการเข้าใจและความคาดหวังของผู้บริโภค โดยเฉพาะในเรื่องการส่งข้อมูลโดยการระบุชื่อผู้บริโภค มีประเด็นที่มีความกังวลในความปลอดภัยของการให้ข้อมูลและความเป็นส่วนตัวต่อการนำเสนอสินค้าและการบริการ ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นการทำตลาดแบบรู้ใจ (Personalized Marketing) เพื่อศึกษาวิธีการที่แยบยลในเก็บข้อมูลเฉพาะของผู้บริโภค ที่เป็นประโยชน์สำหรับการนำเสนอขายสินค้าที่ตรงกับความต้องการและตรงใจของผู้บริโภค โดยที่ผู้บริโภคไม่รู้สึกรบกวนความเป็นส่วนตัว อาทิ การทำ CRM บนระบบคลาวด์ (Cloud Base)

เพื่อจะได้ข้อมูลจากลูกค้าได้ทุกที่ และง่ายต่อการประมวลผลข้อมูลได้แบบอัตโนมัติ เพื่อความแม่นยำในการนำเสนอและส่ง Content ที่ตรงใจ Update และ Active ตลอดเวลา รวมถึงศึกษา การทำธุรกิจด้วยดาต้า (Data Thinking) คือเทคนิคการนำข้อมูลของผู้บริโภคมาสร้างให้เกิดยอดขาย และ การตลาดแบบขับเคลื่อนและการดำเนินการโดยใช้ข้อมูลเป็นหลัก (Data Driven) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้บริโภคเพื่อวางแผนการนำเสนอสินค้าที่ตรงกับความต้องการและตรงใจของผู้บริโภคแต่ละคน สร้างโอกาสในการขายให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งหากได้วิธีการที่จะได้ข้อมูลจากผู้บริโภคและส่งข้อมูลถึงผู้บริโภคโดยไม่สร้างความกังวลใจแล้ว จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อผู้ประกอบการในการใช้ประโยชน์จากข้อมูลในการเข้าถึงผู้บริโภค สร้างให้เกิดโอกาสในการสร้างยอดขายให้เกิดขึ้นในอนาคต

2) การวิจัยครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถามเท่านั้น ดังนั้นจึงควรมีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บข้อมูลเชิงลึก เพื่อให้เข้าใจการตลาดแบบผสมผสานทุกช่องทางที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในเชิงลึกให้มากยิ่งขึ้น ควรเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการสนทนากลุ่ม ควบคู่กับการศึกษาเชิงปริมาณหรือการแจกแบบสอบถาม

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณะ หลักคงคา. (2564). ช่องทางการตลาดสำหรับธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ในยุคโควิด-19. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม*, 8(3), 318–336.
- กิตติพงศ์ คงธนทรัพย์ และ อิศราภรณ์ ลาตละคร. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่าง Omni Channel Marketing กับพฤติกรรมผู้บริโภคธุรกิจค้าปลีก. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย*, 7(2), 78–83.
- วิจิต อุ๋น. (2550). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). *E-Commerce ปี'63 คาดมูลค่าการตลาดชะลอเหลือโต 8–10%*. สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2564, จาก https://www.bluechipthai.com/articles-E-Commerce_ปี63%2%A0คาดมูลค่าการตลาดชะลอเหลือโต_8-10-343631
- สรวิดี ศรีเวทย์บดี (2562). การศึกษาการใช้กลยุทธ์การตลาดแบบช่องทางไร้รอยต่อ (Omni-channel) ในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ในประเทศไทย: การศึกษาจากรายงานประจำปี พ.ศ. 2561. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 2(3), 1–11.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน). 4 เรื่อง *Online Payment ที่คนทำธุรกิจ"ออนไลน์" ไม่ควรมองข้าม*. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2565, จาก <https://www.nia.or.th/OnlinePayment>
- สำนักพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2564). *EATDA เผยโควิด-19 เป็นเหตุสังเกตได้ GenZ ใช้เน็ตสูงสุด ปีแรก ชน GenY แซมปี 6 สมัย*. สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.etda.or.th/th/pr-news/ETDA-released-IUB-2021.aspx>

อัศน์อุไร เตชะสวัสดิ์. (2560). การค้าปลีกช่องทางไร้รอยต่อเพื่อผู้บริโภคในยุคการตลาด 4.0. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 2(2), 82-96.

Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York : John Wiley & Sons. Inc.

Cronbach, Lee J. (1974). *Essentials of Psychological Testing*. (3rd ed). New York: McGraw-Hill.

M Report. (2564). *คาดการณ์มูลค่าตลาดไอทีทั่วโลกปี 2565*. สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2565, จาก <https://www.mreport.co.th/news/industry-movement/320-Worldwide-IT-Spending-Forecast-2022>

Marketeer. (2563). *ตลาดไอทีและเครื่องใช้ไฟฟ้าเป็นอย่างไร ในครึ่งปีที่ผ่านมาในวันที่โควิด-19 เข้ามาสร้างบรรทัดฐานการซื้อสินค้าใหม่*. สืบค้นเมื่อ 13 เมษายน 2564, จาก <https://www.marketeeronline.co/archives/181329>

Memaytapriya. (2565). *Omnichannel Marketing คืออะไรและเราจะนำมาใช้จริงได้อย่างไร*. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2565, จาก <https://blog.lnwshop.com/2002/07/08/omnichannel-marketing/>

Sarun Rojanasoton. (2020). *สองเทรนด์และสถิติ E-Commerce 2020*. สืบค้นเมื่อ 15 กรกฎาคม 2564, จาก <https://www.thumbsup.in.th/ecommerce-trend-static-2020>

แนวทางการจัดการโรงแรมระดับ 5 ดาว เพื่อตอบสนองต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของ
นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา

The Guidelines for Developing 5 Star Hotel Management to Revisits
for Chinese Family Tourists: Pattaya City Area

ณัฐชานันท์ นุ่นมีสี¹ และ เทิดชาย ช่วยบำรุง²

Natchanan Nunmeesee¹ and Therdchai Choibamroong²

คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์^{1,2}

Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration, Thailand^{1,2}

E-mail: ¹Natchanan.daw@gmail.com

Retrieved August 29, 2022; Revised October 6, 2022; Accepted November 2, 2022

DOI: 10.14456/jappm.2022.19

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้หลักของประเทศไทย โดยในระยะ 3-4 ปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาในเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด ชาวจีนจึงกลายเป็นตลาดสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวของไทยและยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอีกในอนาคต ซึ่งพัทยาเป็นอีกหนึ่งจังหวัดสำคัญที่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีนนิยมเดินทางมาท่องเที่ยว ปัจจุบันจึงมีการขยายตัวของธุรกิจโรงแรมเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีนเพิ่มสูงขึ้น บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา และ 2) เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการโรงแรมระดับ 5 ดาว เพื่อตอบสนองต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีนแผ่นดินใหญ่ที่มาใช้บริการในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตเมืองพัทยา จำนวนตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ค่าความเที่ยงตรงอยู่ระหว่าง 0.66-1.00 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.801 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความถดถอยแบบพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านราคาของห้องพัก และ 2) แนวทางการจัดการโรงแรมระดับ 5 ดาว เพื่อตอบสนองต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา

เช่น (1) การยกระดับการให้บริการของโรงแรมในทุกแผนกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน (2) พัฒนาทักษะการสื่อสารของบุคลากรที่ให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน และ (3) ยกระดับความปลอดภัยของสถานที่ กิจกรรม การให้บริการในทุกรูปแบบที่มีความเกี่ยวข้องกับการให้บริการเด็ก เป็นต้น ดังนั้นผู้บริหารโรงแรมระดับ 5 ดาว จะต้องให้ความสำคัญเพื่อพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพโรงแรมให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การจัดการโรงแรมระดับ 5 ดาว; การกลับมาใช้บริการซ้ำ; นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน

Abstract

The tourism industry is the main income-generating industry in Thailand. During the past 3–4 years, there has been a leap in the number of Chinese tourists coming in. The Chinese have thus become an important market for Thai tourism and are likely to grow further in the future which Pattaya is another important province that Chinese family tourists are popular to visit at present, the hotel business is expanding to welcome more Chinese family tourists. This Article aimed to study (1) to study the factors affecting the re-use of 5–star hotels for Chinese family tourists in the Pattaya Special Administrative Region; and 2) to recommend a 5–star hotel management guideline in response to the repeat service of Chinese family tourists in the Special Administrative Region of Pattaya City The research model is an exploratory research. The sample group used was the sample group, which was the mainland Chinese family tourists who used the service at a 5–star hotel in the Pattaya Special Administrative Region. The number of samples was 400 samples using the quota sampling method. The instrument used in the research was a questionnaire, the accuracy was between 0.66–1.00 and the confidence value was 0.801. The statistics used in the data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation and multiple regression.

The research results were found as follows; 1) Factors affecting the re-use of 5–star hotels for Chinese family tourists In the Pattaya Special Administrative Region, there are 3 factors: the location of the hotel. Safety factor and the price factor of the room and 2) Guidelines for managing a 5–star hotel to respond to the repeat service of Chinese family tourists in the Pattaya Special Administrative Region, such as (1) upgrading hotel services in all departments to accommodate Chinese family tourists; (2) improving communication skills of personnel serving Chinese family tourists and (3) raising the safety of location All forms of service activities related to child services, etc. Therefore, 5–star hotel management must focus on the development and improvement of the hotel quality for sustainable success.

Keywords: 5 Star hotel management; re-use of the service; Chinese family tourists

บทนำ

ธุรกิจโรงแรมถือเป็นธุรกิจหลักที่เป็นหัวใจสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งถือว่าเป็นรายได้หลักของประเทศไทย โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติมักให้ความสนใจและเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยในแต่ละปีอย่างมหาศาล (ดาวศุกร์ บุญญะศานต์ และชงค์สุตา โตท่าโรง, 2563) จากรายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยประจำปี พ.ศ. 2561 โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาระบุว่า ไทยมีโอกาสด้อนรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 38,277,300 คน ก่อให้เกิดรายได้ 2,007,503 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) นอกจากนี้ ในระยะ 3-4 ปี ที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นในประเทศไทยอย่างก้าวกระโดด จนมีสัดส่วนในตลาดท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้นแซงหน้ามาเลเซียที่ครองสัดส่วนสูงสุดมาตลอด 10 ปี ที่ผ่านมา (แป้งพิมพ์ พิชิตชลพันธุ์ และวิทยากร เชียงกุล, 2560) ชาวจีนจึงกลายเป็นตลาดสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวของไทยและยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอีกในอนาคต

พัทยายเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักที่รองรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทั่วทุกมุมโลก ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่พัทยาสูงสุด คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มากถึงสูงถึง 31.3% หรือประมาณ 2.54 ล้านคน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) ทำให้ธุรกิจโรงแรมในพัทยาเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็ว และด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีนที่ออกเดินทางพร้อมลูกหรือเด็กเป็นกลุ่มที่ออกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด (เทพฤทธิ์ มณีกุล, 2560) ทั้งนี้ พัทยายังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีนด้วยเช่นกัน โดยในปัจจุบันมีการขยายตัวของธุรกิจโรงแรมเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีนเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้การแข่งขันทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย เพื่อเป็นการต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว หลายโรงแรมได้มีการปรับปรุงและพัฒนาโรงแรมเพื่อรองรับกับจำนวนกลุ่มครอบครัวชาวจีนที่มากขึ้น

ธุรกิจโรงแรมจึงต้องพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้มาเยือนให้มีความต้องการอยากมาใช้บริการและสามารถทำให้นักท่องเที่ยวสนใจอยากกลับมาใช้บริการซ้ำอีกเพื่อตอบสนองลูกค้าหรือผู้มารับบริการให้เกิดความพึงพอใจได้สูงสุด เพราะการบริการคือสิ่งสำคัญที่จะสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการซ้ำและเข้าใช้บริการเพิ่มมากขึ้น และเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างโอกาสทางธุรกิจโรงแรมให้เติบโตได้อย่างมั่นคง โดยเฉพาะโรงแรมระดับ 5 ดาว ซึ่งจัดได้ว่า เป็นโรงแรมที่มีความโดดเด่นในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีความสวยงาม มีความทันสมัยของห้องพักและการตกแต่ง มีมาตรฐานสากลระดับสูงในทุก ๆ ด้าน การบริการจึงเป็นที่ยอมรับของกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้สูง ความคาดหวังต่อการให้บริการของลูกค้าจึงสูงตามไปด้วย ซึ่ง Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) กล่าวว่า ผู้รับบริการจะคาดหวังว่าโรงแรมที่มีดาวสูง ๆ จะให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการเป็นอันดับแรก ดังนั้นผู้ให้บริการจึงจำเป็นต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการทันที ด้วยบริการที่มีคุณภาพจะนำไปสู่ความจงรักภักดีและกลับมาเที่ยวซ้ำอย่างต่อเนื่อง

การรักษาลูกค้าเดิมนั้นจะต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายด้านเพื่อให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำอีก หากผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว เข้าใจและปรับใช้ปัจจัยด้านต่าง ๆ ในการบริหารงานจะทำให้รักษาลูกค้าเดิมได้ ดังเช่นงานวิจัยของ นันทพร กุดหินนอก (2557) พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าพักและความตั้งใจพักซ้ำในโรงแรมระดับ 5 ดาว ของนักท่องเที่ยวชาวจีนคือ ลักษณะทางกายภาพ และราคา ในขณะที่การศึกษาของ ปฤณพร บุญรังสี และประสพชัย พสนุนท์ (2561) พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านความปลอดภัยและปัจจัยด้านราคาห้องพัก และสอดคล้องกับ อาทิตยาพร ประสานพานิช (2562) ที่พบว่า ปัจจัยด้านราคาของห้องพักมีความสำคัญ ดังนั้นปัจจัยเหล่านี้ของโรงแรมระดับ 5 ดาว จะเป็นแนวทางสำคัญที่นำมาสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาแนวทางการจัดการโรงแรม ระดับ 5 ดาว เพื่อตอบสนองต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา ทั้งนี้เพื่อประโยชน์แก่ผู้ประกอบการโรงแรมระดับ 5 ดาว เพื่อรักษากลุ่มลูกค้าเดิมให้กลับมาใช้บริการซ้ำเพื่อลดต้นทุนการหาลูกค้าใหม่ รวมทั้งพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการบริการให้มีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มเดิมได้ดียิ่งขึ้นเพื่อการบริหารงานของธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาว และส่งผลต่อความสำเร็จให้กับธุรกิจอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา
2. เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการโรงแรมระดับ 5 ดาว เพื่อตอบสนองต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว ได้แก่ กิจกรรมสำหรับเด็ก พนักงานบริการ สถานที่ตั้งของโรงแรม ราคาห้องพัก คุณภาพของห้องพัก ความสะอาด สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก แบรินด์และชื่อเสียงของโรงแรม และความปลอดภัย ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตเมืองพัทยา

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดของการกลับมาใช้บริการซ้ำ

มีนักวิจัยจำนวนมากให้ความสนใจเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อซ้ำหรือการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า จากกรณีศึกษาพบว่า พฤติกรรมการซื้อซ้ำ หรือการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้าส่งผลทำให้ ต้นทุน และค่าใช้จ่ายของโรงแรมต่าง ๆ ลดลงได้ และยังส่งผลต่อการเติบโตของส่วนแบ่งทางการตลาดของ

Ahmed and Usman (2011) ซึ่งการซื้อซ้ำหรือการกลับมาใช้บริการซ้ำของลูกค้า ส่งผลต่อผู้ขายสินค้าหรือบริการให้เกิดความกระตือรือร้นในการที่จะปรับปรุง แก้ไข พัฒนาสินค้าหรือบริการให้มีมูลค่าและมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น โดยการกลับมาใช้บริการซ้ำเป็นเรื่องของทัศนคติของบุคคลที่อาจมาจากประสบการณ์ในอดีตจากการใช้บริการแล้วเกิดความพึงพอใจจนทำให้เกิดการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำอีก (Bendapudi & Berry, 1997)

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

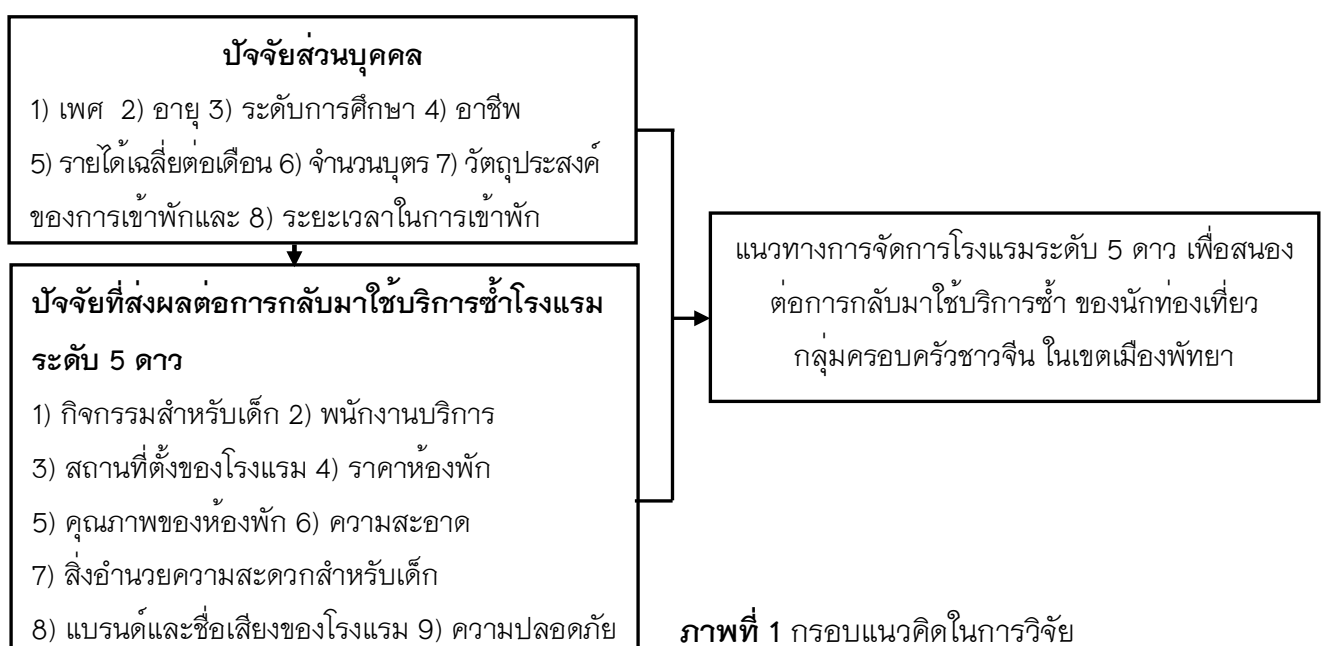
นันทพร กุดหินนอก (2557) ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำ ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้ใช้บริการ และด้านความเอาใจใส่ต่อผู้ใช้บริการส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ ไคยสุธา เต็มรัตน์ (2561) ศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้ซ้ำในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ความเป็นรูปลักษณะทางกายที่สัมผัสได้ ความน่าเชื่อถือ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ และการเข้าใจลูกค้า มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงช่องว่างของงานวิจัยที่มีการศึกษามาก่อนหน้าพบว่า หัวข้อการจัดการโรงแรมระดับ 5 ดาวสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีนยังมีผู้ให้ความสนใจในการศึกษาน้อยมาก จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาในครั้งนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีประชากร คือ ประชากรที่ทำการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีนแผ่นดินใหญ่ที่เข้าพักในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตเมืองพัทยา กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีนแผ่นดินใหญ่ที่เดินทางมากับเด็กอายุไม่เกิน 12 ปี และเคยเข้าพักในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตเมืองพัทยา มากกว่า 1 ครั้ง จำนวน 6 โรงแรม ซึ่งผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างกรณีประชากรมีขนาดใหญ่และไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน โดยเลือกการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้จำนวนตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยใช้เกณฑ์ในการเลือก ดังนี้ 1) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีนแผ่นดินใหญ่ 2) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน มีเด็กอายุไม่เกิน 12 ปี ร่วมพักด้วย 3) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีนที่เคยเข้าพักหรือใช้บริการโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตเมืองพัทยา มากกว่า 1 ครั้ง และ 4) เป็นผู้ยินดีให้ข้อมูล โดยเลือกจากจำนวนโรงแรมระดับ 5 ดาว บริเวณชายหาดพัทยา ช่วงระหว่างพัทยาใต้ พัทยา กลาง พัทยาเหนือ ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 6 โรงแรม โดยการนำจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้ง 400 ตัวอย่าง มาหารเฉลี่ย 6 โรงแรม ดังนั้นเก็บแบบสอบถามโรงแรมละ 66 แบบสอบถามต่อ 1 โรงแรม ตามหลักเกณฑ์ของการสุ่มแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ประยุกต์ใช้เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ได้ออกแบบแบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เคยเข้าพักในโรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตเมืองพัทยา ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) และเติมลงในช่องว่าง และส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา โดยมีเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายข้อมูล โดยใช้วิธี Likert Scale

สำหรับการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้วิจัย ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความเที่ยงตรง และหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เป็นการพิจารณาความสอดคล้อง ระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบทดสอบรายข้อ โดยหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ซึ่งทุกข้อคำถามมีค่าอยู่ระหว่าง 0.66-1.00 มากกว่าเกณฑ์พิจารณา 0.5 จากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 ชุด เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1974) พบว่า มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.801 ซึ่งมากกว่าเกณฑ์ 0.7 (Brace *et al.*, 2012) ถือว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสม

การเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลแบบปฐมภูมิด้วยวิธีการเก็บจากภาคสนาม (Field Word) จำนวน 400 ฉบับ โดยเก็บแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง โดยนำแบบสอบถามไปฝาก

ไว้ที่โรงแรมระดับ 5 ดาว ในเขตเมืองพัทยา และนักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถาม ซึ่งเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงระยะเวลา 30 วัน

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Method) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอ้างอิงด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน สำหรับการตรวจสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรหรือการส่งผลต่อกันระหว่างตัวแปรอิสระหลายตัวว่าปกติหรือไม่ โดยไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity และทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis)

ผลการวิจัย

1. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา

1.1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีนในเขตเมืองพัทยา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 68.5 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 75.5 อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ย 10,001-30,000 บาท มีบุตร 1 คน ร้อยละ 56.2 มีวัตถุประสงค์ของการเข้าพักเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ คิดเป็นร้อยละ 90 มีระยะเวลาในการเข้าพักโรงแรม 1-3 คืน ร้อยละ 89

1.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ โรงแรมระดับ 5 ดาว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	ลำดับ
1) กิจกรรมสำหรับเด็ก	3.18	0.57	ปานกลาง	9
2) พนักงานบริการ	3.49	0.64	มาก	3
3) สถานที่ตั้งของโรงแรม	3.37	0.49	ปานกลาง	8
4) ราคาห้องพัก	3.50	0.55	มาก	2
5) คุณภาพของห้องพัก	3.47	0.61	มาก	5
6) ความสะอาด	3.48	0.66	มาก	4
7) สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก	3.40	0.57	ปานกลาง	7
8) แบรินด์และชื่อเสียงของโรงแรม	3.42	0.51	มาก	6
9) ความปลอดภัย	3.53	0.68	มาก	1

จากตารางที่ 1 พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง ($\bar{X}=3.53$) รองลงมาคือ ด้านพนักงานบริการ ($\bar{X}=3.49$) ด้านความสะอาด ($\bar{X}=3.48$) ด้านคุณภาพของห้องพัก ($\bar{X}=3.47$) ด้านแบรด์และชื่อเสียงของโรงแรม ($\bar{X}=3.42$) ด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม ($\bar{X}=3.37$) ด้านราคาห้องพัก ($\bar{X}=3.50$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก ($\bar{X}=3.40$) และด้านกิจกรรมสำหรับเด็ก ($\bar{X}=3.18$) ตามลำดับ

เมื่อจำแนกรายด้านระดับปัจจัยที่ส่งผลการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา มีผลการศึกษาสูงสุดแต่ละด้าน ดังนี้ (1) ด้านความปลอดภัย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับ โรงแรมมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ปลอดภัยและน่าเชื่อถือสูงสุด ($\bar{X}=3.70$) (2) ด้านพนักงานบริการ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับพนักงานให้บริการอย่างรวดเร็ว และถูกต้องสร้างความประทับใจ ($\bar{X}=3.61$) (3) ด้านความสะอาด พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับห้องพักมีความสะอาด ($\bar{X}=3.69$) (4) ด้านคุณภาพของห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะอาดภายในห้องพัก ($\bar{X}=3.71$) (5) ด้านแบรด์และชื่อเสียงของโรงแรม พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับโรงแรมมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า มีการให้บริการอย่างมืออาชีพ ($\bar{X}=3.68$) (6) ด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับบรรยากาศของโรงแรมและทำเลที่ตั้งติดทะเล/ภูเขา (7) ด้านราคาห้องพัก พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับราคาค่าใช้จ่ายทั้งหมด (ไม่มีแอบแฝง) ($\bar{X}=3.68$) (8) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับโรงแรมมีสระว่ายน้ำสำหรับเด็ก ($\bar{X}=3.49$) และ (9) ด้านกิจกรรมสำหรับเด็ก พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับโรงแรมมีอุปกรณ์ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ เพียงพอกับจำนวนเด็ก ๆ ที่มาใช้บริการ ($\bar{X}=3.47$)

1.3 การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา

สำหรับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.280–0.851 แสดงว่าระดับความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลางถึงระดับสูง ตามการแปลผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ Best (1977) มีรายละเอียดดังนี้

X1 ปัจจัยด้านกิจกรรมสำหรับเด็ก มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ (Y) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.298 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

X2 ปัจจัยด้านพนักงานบริการ มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ (Y) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.322 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

X3 ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ (Y) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.419 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

X4 ปัจจัยด้านราคาห้องพัก มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ (Y) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.369 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

X5 ปัจจัยด้านคุณภาพของห้องพัก มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ (Y) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.348 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

X6 ปัจจัยด้านความสะดวก มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ (Y) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.324 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

X7 ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ (Y) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.290 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

X8 ปัจจัยด้านแบรนด์และชื่อเสียงของโรงแรม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ (Y) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.280 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

X9 ปัจจัยด้านความปลอดภัย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ (Y) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.366 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

1.4 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา ด้วยการวิเคราะห์ถดถอย (Regression Analysis) ดังในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา

ตัวพยากรณ์	B	S.E.	Beta	t	Sig
1. กิจกรรมสำหรับเด็ก	.08	.05	.11	1.67	.10
2. พนักงานบริการ	-.05	.05	-.08	-.99	.32
3. สถานที่ตั้งของโรงแรม	.28	.06	.34	4.64*	.00
4. ราคาห้องพัก	.13	.06	.17	2.14*	.03
5. คุณภาพของห้องพัก	-.03	.07	-.04	-.43	.67
6. ความสะดวก	-.09	.06	-.15	-1.45	.15
7. สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับเด็ก	-.02	.06	-.03	-.32	.75
8. แบรนด์และชื่อเสียงของโรงแรม	-.03	.06	-.04	-.54	.59
9. ความปลอดภัย	.12	.06	.21	2.14*	.03
ค่าคงที่	1.90	.15		12.63	.00

หมายเหตุ: $R^2 = 0.21$, $SEE = 0.36$, $F = 11.34$, $Sig. \text{ of } F = .00$

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยาในภาพรวม คิดเป็นร้อยละ 21 และเมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ปัจจัยที่

ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ประกอบด้วย ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม ($\beta=.34$, $t=4.64$) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย ($\beta=.21$, $t=2.14$) และปัจจัยด้านราคาของห้องพัก ($\beta=.17$, $t=2.14$)

2. แนวทางการจัดการโรงแรมระดับ 5 ดาว เพื่อตอบสนองต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา

2.1. แนวทางเพื่อยกระดับการให้บริการของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว โดยการมุ่งพัฒนาเพิ่มศักยภาพและยกระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในทุกแผนกที่มีความเกี่ยวข้องกับการให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวเพื่อเตรียมความพร้อมในการรองรับและตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน

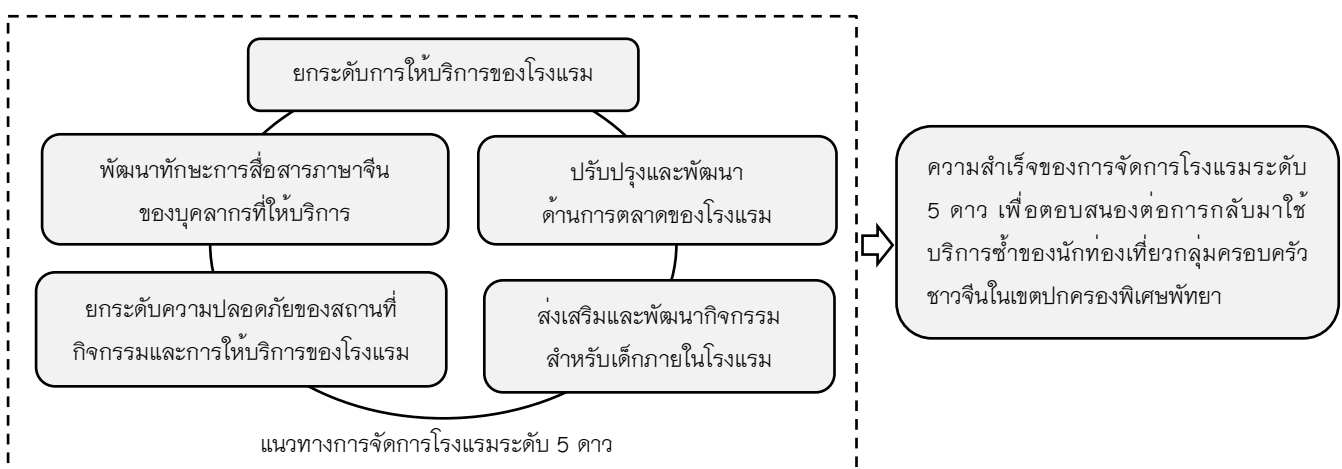
2.2 แนวทางเพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาจีนของบุคลากรที่ให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน โดยการมุ่งส่งเสริมและพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาจีนของบุคลากรที่ให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน

2.3 แนวทางเพื่อยกระดับความปลอดภัยของสถานที่ กิจกรรม การให้บริการในทุกรูปแบบที่มีความเกี่ยวข้องกับการให้บริการเด็ก

2.4 แนวทางการปรับปรุงและพัฒนาด้านการตลาดของโรงแรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน โดยมุ่งปรับปรุงและพัฒนาการตลาดของโรงแรมในทุกรูปแบบเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน

2.5 แนวทางส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมสำหรับเด็กภายในโรงแรม เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์และความทรงจำที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว โดยการมุ่งส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมสำหรับกลุ่มครอบครัวนักท่องเที่ยวชาวจีน

ผลการสังเคราะห์ความสำเร็จของการจัดการโรงแรมระดับ 5 ดาว เพื่อตอบสนองต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา มี 5 แนวทาง ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ความสำเร็จของการจัดการโรงแรมระดับ 5 ดาว เพื่อตอบสนองต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีนในเขตปกครองพิเศษพัทยา

อภิปรายผลการวิจัย

1. การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา คือ ด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำมากที่สุด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านราคาของห้องพัก ซึ่งปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของที่พักรถเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว โดยที่ตั้งของโรงแรมจะต้องมีบรรยากาศที่ตั้งติดกับทะเลหรือภูเขา มีความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งธุรกิจหรือแหล่งชุมชน มีรถรับส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และตั้งอยู่ใกล้กับระบบขนส่งสาธารณะง่ายต่อการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชดากร สถิตย์ (2558) พบว่า ที่ตั้งของโรงแรมเป็นสิ่งกระตุ้นการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งสถานที่ตั้งของโรงแรมจะต้องเข้าถึงได้ง่ายสะดวกต่อการเดินทาง และสอดคล้องกับ Kucukusta (2017) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนจะให้ความสำคัญกับทำเลที่ตั้งที่ดีของโรงแรม เช่น ตั้งอยู่ใจกลางเมือง ใกล้กับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อให้สามารถเดินทางไปช้อปปิ้งได้อย่างสะดวก ทั้งนี้การจับจ่ายใช้สอยในแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยวชาวจีนนั้นไม่ได้ซื้อของเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตัวเองเพียงอย่างเดียว พวกเขาซื้อของที่ระลึกต่าง ๆ เพื่อนำไปเป็นของฝากให้แก่ครอบครัว เพื่อนฝูงอีกด้วย สอดคล้องกับ ปถมนพร บุญรังสี และประสพชัย พสนุนท์ (2561) พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อด้านความปลอดภัยในพื้นที่โดยทั่วไปของโรงแรมเป็นอันดับต้นๆ เพราะระดับความปลอดภัยที่ได้มาตรฐานจะเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในปัจจุบัน และอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว คือ ปัจจัยด้านราคาห้องพัก ที่จะต้องเป็นราคาที่รวมค่าใช้จ่ายทั้งหมด (ไม่มีแอบแฝง) ราคาเหมาะสมกับการบริการของโรงแรมระดับ 5 ดาว เมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพและการบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับ สอดคล้องกับ อาทิตยาพร ประสานพานิช (2562) ที่พบว่า ปัจจัยด้านราคาของห้องพักมีความสำคัญ นักท่องเที่ยวจะต้องสามารถตรวจสอบราคาห้องพักประเภทต่าง ๆ ของโรงแรมผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันของตัวแทนการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยวออนไลน์ได้ ดังนั้นปัจจัยเหล่านี้ของโรงแรมระดับ 5 ดาว จะเป็นแนวทางสำคัญที่นำมาสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต

2. แนวทางการจัดการโรงแรมระดับ 5 ดาว เพื่อตอบสนองต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา

2.1 แนวทางเพื่อยกระดับการให้บริการของโรงแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว โดยมุ่งพัฒนาเพิ่มศักยภาพและยกระดับคุณภาพการบริการของโรงแรมระดับ 5 ดาว ในทุกแผนกที่มีความเกี่ยวข้องกับการให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน เพราะการให้บริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม การให้บริการที่ดีมีคุณภาพจะนำมาซึ่งความประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวอันจะนำไปสู่การบอกต่อ ประชาสัมพันธ์ และกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรม

การพัฒนาคุณภาพการบริการเพื่อให้มีความเป็นเลิศด้านบริการที่ได้มาตรฐาน เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว ทั้งนี้การให้บริการที่ดียังช่วยสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่งได้ สิ่งหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจเป็นอย่างมากคือ พนักงานสามารถจดจำรายละเอียดข้อมูลของนักท่องเที่ยวได้ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ดีระหว่างการใช้บริการของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับการศึกษาของ El-garaihy (2013) ที่พบว่า การให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวเป็นรูปแบบการให้บริการแบบพิเศษที่มีความแตกต่างจากการให้บริการในโรงแรมรูปแบบทั่วไป ทั้งรูปแบบการท่องเที่ยวและการตัดสินใจเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะแตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว คือ บุตร ดังนั้นคุณภาพการบริการที่สามารถสร้างความสุขให้แก่เด็กจะเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและผลักดันการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวเลือกใช้บริการโรงแรมและนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งถัดไปในที่สุด

2.2 แนวทางเพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาจีนของบุคลากรที่ให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีนโดยมุ่งส่งเสริมและพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาจีนของบุคลากรที่ให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน เพราะทักษะการสื่อสารภาษาจีนเป็นทักษะที่มีความจำเป็นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นอย่างมาก เนื่องจากการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว ทั้งยังเป็นการเสริมสร้างภาพลักษณ์อันดีของโรงแรม การพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาจีนให้แก่พนักงานที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีนจะช่วยให้พนักงานเข้าใจและตอบสนองความต้องการของพ่อแม่และเด็กชาวจีนได้ง่ายขึ้น ดังนั้นการให้ความรู้แก่พนักงานไม่ว่าจะเป็นในเชิงทฤษฎีหรือทักษะทางด้านการปฏิบัติถือเป็นเรื่องสำคัญ นอกจากนี้อาจมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดย กฤษฎิญา มูลศรี, สุนทรี รอดดิษฐ์, และวิไลพร วงษ์อินทร์ (2561) กล่าวถึง การพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถในการติดต่อสื่อสารภาษาจีนที่ดี มีความต่อเนื่องและรวดเร็วจะเป็นกุญแจที่สำคัญมากในการสร้างความโดดเด่นที่แตกต่างเหนือคู่แข่ง เพราะโรงแรมส่วนใหญ่ยังขาดพนักงานผู้ที่มีทักษะด้านการสื่อสารภาษาจีนที่ดีเป็นจำนวนมาก

2.3 แนวทางเพื่อยกระดับความปลอดภัยของสถานที่ กิจกรรม การให้บริการในทุกรูปแบบที่มีความเกี่ยวข้องกับการให้บริการเด็ก โดยมุ่งส่งเสริมและพัฒนาความปลอดภัยของสถานที่ กิจกรรมต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว เพราะความปลอดภัยเป็นความต้องการลำดับขั้นที่สองของมนุษย์ เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญยิ่งต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์เพื่อให้ปราศจากภัยอันตรายต่าง ๆ ซึ่ง Kantowitz et al. (1997) กล่าวว่า ความปลอดภัยเป็นเกณฑ์สำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงแรม เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ ขณะที่ วงศธร อรรถวิทยา และ คาล จามรمان (2564) กล่าวถึง นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเนื่องจากห้องพักรับมาตรฐาน ราคาถูก สะอาด เพื่อสร้างแรงจูงใจมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเข้าพักโรงแรมที่พักประเภทโรงแรม 5 ดาว โดยภายหลังวิกฤตการณ์ไวรัสโคโรนาระบาด

โรงแรมจะต้องทำตามมาตรการป้องกันโรคของกระทรวงสาธารณสุขของประเทศอย่างเคร่งครัด เนื่องจากช่วยส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพักประเภทโรงแรมระดับ 5 ดาวของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน

2.4 แนวทางการปรับปรุงและพัฒนาด้านการตลาดของโรงแรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน มุ่งปรับปรุงและพัฒนาการตลาดของโรงแรมในทุกรูปแบบเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน เพราะธุรกิจการโรงแรมเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ลักษณะการบริการจำเป็นต้องมีการจัดการด้านการตลาดที่ดีและมีประสิทธิภาพ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและได้รับความพึงพอใจจากการใช้บริการสูงสุด โดย ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และอมรศักดิ์ บุญเรือง (2564) กล่าวถึง การตลาดธุรกิจบริการว่าเป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่สามารถตอบสนองความต้องการให้แก่นักท่องเที่ยวได้ โรงแรมจึงจำเป็นต้องคิดกลยุทธ์ต่าง ๆ โดยเฉพาะกลยุทธ์ด้านการตลาด เพื่อการสร้างความแตกต่างของโรงแรมให้เหนือคู่แข่ง แนวทางเหล่านี้จะเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับโรงแรม พร้อมทั้งเป็นการปรับปรุงและพัฒนาการให้บริการของโรงแรมที่ได้มาตรฐานระดับสากล

2.5 แนวทางการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมสำหรับเด็กภายในโรงแรม เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์และความทรงจำที่ดีให้แก่นักท่องเที่ยว โดยมีมุ่งส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมสำหรับกลุ่มครอบครัวนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยเฉพาะกิจกรรมสำหรับเด็กที่สามารถสร้างประสบการณ์ เกิดการเรียนรู้ และนำไปสู่ความทรงจำที่ดีเกี่ยวกับโรงแรม เพราะการท่องเที่ยวครอบครัวเป็นการออกเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวต้องการใช้เวลาเพื่อทำกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมกันกับคนในครอบครัว เพื่อให้เด็กได้เรียนรู้จากสถานที่จริง เป็นการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มครอบครัวคนรุ่นใหม่ที่ต้องการพัฒนาทักษะลูก เนื่องจากการท่องเที่ยวถือว่าการเรียนรู้ไม่จบ ดังนั้นการเสริมพัฒนาการเด็กจากการเรียนรู้ธรรมชาติ ไม่ว่าจะจากการมอง สัมผัส และได้ทดลองจริงในกิจกรรมต่าง ๆ อีกทั้งยังทำให้พ่อ แม่ ลูก ได้ใช้เวลาแห่งความสุข และส่งมอบความอบอุ่นร่วมกัน สร้างโอกาสให้ได้ดูแลและสั่งสอนลูก เกิดความผูกพันระหว่างครอบครัว ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างครอบครัวที่แข็งแรงและจะส่งผลต่อสังคมที่ดีในอนาคต

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

แนวทางการจัดการโรงแรมระดับ 5 ดาว เพื่อตอบสนองต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา ประกอบด้วย 1) การยกระดับการให้บริการของโรงแรมในทุกแผนกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน 2) พัฒนาทักษะการสื่อสารของบุคลากรที่ให้บริการนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน 3) ยกระดับความปลอดภัยของสถานที่ กิจกรรม และการให้บริการในทุกรูปแบบที่มีความเกี่ยวข้องกับการให้บริการเด็ก 4) ปรับปรุงและพัฒนาการตลาดของโรงแรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน และ 5) ส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมสำหรับเด็กภายในโรงแรม เพื่อเสริมสร้างประสบการณ์และการเรียนรู้ นำมาสู่ความทรงจำที่ดีให้แก่ นักท่องเที่ยว ดังนั้นผู้บริหารโรงแรมระดับ 5 ดาว จะต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมากในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพโรงแรมอันจะทำให้โรงแรมประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา ในภาพรวม ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านราคาของห้องพัก ดังนั้นผู้บริหารโรงแรมระดับ 5 ดาว ควรให้ความสำคัญกับการให้บริการทั้ง 3 ปัจจัย เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม เพราะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำมากที่สุด

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำโรงแรมระดับ 5 ดาว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวชาวจีน ในเขตเมืองพัทยา คือ ปัจจัยด้านสถานที่ตั้งของโรงแรม ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านราคาของห้องพัก ผู้บริหารโรงแรมระดับ 5 ดาว สามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการต่อไป

สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการที่มีต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพการบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ากลุ่มเดิมได้ดียิ่งขึ้น และส่งผลต่อความสำเร็จให้กับธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาวในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *สรุปรายได้และค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2561*. สืบค้นเมื่อ 1 กรกฎาคม 2565 , จาก <https://www.mots.go.th/news/category/529>
- กฤษฎิญา มูลศรี, สุนทรี รอดดิษฐ์, และวิไลพร วงษ์อินทร์. (2561). แนวทางการพัฒนาศักยภาพบุคลากรภาคธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท. *วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษา*, 7(1), 14-24.
- ชดากร สถิตย์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเลือกที่พักโรงแรมเขตอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารวิจัยและพัฒนาวลัยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 10(3), 227-236.
- ดาวศุกร์ บุญญะสานต์ และชงค์สุดา โตท่าโรง. (2563). นวัตกรรมบริการกับการสร้างคุณค่าในธุรกิจโรงแรม. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นายเรืออากาศ*, 8(1), 1-14.
- เทพฤทธิ์ มณีกุล. (2560). *โครงการการลงทุนของจีนกับผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวในภาคเหนือของไทย* (รายงานการวิจัย). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- นันทพร กุดหินนอก. (2557). *ศึกษาคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้บริการโรงแรม 5 ดาวซ้ำ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร* (การศึกษานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปฤณพร บุญรังสี, และประสพชัย พลบูรณ์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการโรงแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*, 12(29), 193–205.
- แป้งพิมพ์ พิชิตชลพันธุ์ และวิทยากร เชียงกุล. (2560). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวจีน. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*, 3(1), 235–247.
- วงศธร อรรถวิทยา, และคาล จามรมาน. (2564). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเลือกใช้บริการพักโรงแรม 5 ดาว ในกรุงเทพมหานครในช่วงเกิดโรคระบาด COVID-19. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 15(1), 476–489.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, และอมรศักดิ์ บุญเรือง. (2546). *การบริหารการตลาดยุคใหม่* (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- โคธิษฐา เต็มรัตน์. (2561). *คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำในโรงแรมระดับ 5 ดาวในเขตกรุงเทพมหานคร* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- อาทิตย์ยาพร ประสานพาณิช. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) และประโยชน์ของตัวแทนการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยวออนไลน์ (OTA) ในการส่งเสริมการตลาดของโรงแรมในจังหวัดนครพนม. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 14(1), 3–15.
- Ahmed, I., Shankat, M. Z., Nawaz, M. M., Ahmed, N., & Usman, A. (2011). Determinants of the satisfaction and repurchase intentions of users of short messenger services (SMAS): A study in the telecom sector of Pakistan. *International Journal of Management*, 28(3), 763–772.
- Bendapudi, N., & Berry, L. L. (1997). Customers' motivations for maintaining relationships with service providers. *Journal of Retailing*, 73(1), 15–37.
- Best, J. W. (1977). *Research in Education* (3rd ed.). New Jersey: Prentice hall Inc.
- Brace, N., Kemp, R., & Snelgar, R. (2012). *SPSS for Psychologists*. (5th ed). New York: Palgrave Mcmillan.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley and Sons.
- El-garaihy, W.H. (2013). Developing and Validating a Hospitality Service Quality Scale in Saudi Arabia (HOSPSQ): A Structural Equation Model. *International Journal of Business and Social Science*, 4(14), 224–2.
- Kantowitz, B. H., Hanowski, R. J., & Kantowitz, S. C. (1997). Driver Acceptance of Unreliable Traffic Information in Familiar and Unfamiliar Settings. *SAGE Journals*, 39(2), 164–176.
- Kucukusta, D. (2017). Chinese travelers' preferences for hotel amenities. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(7), 1956–1976.

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41–50.

การเสริมสร้างจิตสำนึกสาธารณะความเป็นพลเมืองในระบบประชาธิปไตย

ของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

Fostering Public Consciousness Citizenship in Democracy

of Students Phuket Rajabhat University

ประสงค์ โตนอด¹, สุชาวัน มีหนองหว้า², รัชยา ภัคดีจิตต์³ และฐิติมา ให้อยอง⁴

Prasong Tanod¹, Suchao Meenongwah², Rachaya Pakdeejit³ and Thitima Holomyong⁴

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์^{1,2,3,4}

College of Innovation Management Rajamagala University of Technology Rattanakosin, Thailand^{1,2,3,4}

E-mail: ¹prasong.tanod@yahoo.com; ²suchaome@yahoo.com

Retrieved September 1, 2022; Revised October 12, 2022; Accepted November 2, 2022

DOI: 10.14456/jappm.2022.20

บทคัดย่อ

การศึกษางานวิจัยมีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัญหาความเป็นพลเมืองของนักศึกษาในระบบประชาธิปไตย (2) เพื่อศึกษาผลกระทบที่เกิดจากปัญหาความเป็นพลเมือง (3) เพื่อศึกษาแนวทางการเสริมสร้างจิตสำนึกสาธารณะในความเป็นพลเมืองของนักศึกษา โดยมีระเบียบวิธีการวิจัยในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย การวิจัยเอกสาร ซึ่งเป็นการศึกษาจากงานวิจัยของนักวิชาการ เอกสารทางราชการ และข้อมูลบันทึกของหน่วยงาน การสัมภาษณ์เชิงลึกโดยการสัมภาษณ์นักศึกษา 5 คนประกอบด้วย คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี คณะครุศาสตร์ และคณะเทคโนโลยีการเกษตร ซึ่งเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่มีโครงสร้าง เป็นคำถามปลายเปิดมีจัดเตรียมชุดคำถาม และวิธีการสัมภาษณ์แบบยืดหยุ่นบรรยากาศเป็นกันเองเหมือนการใช้ชีวิตประจำวัน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 45 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

ผลการวิจัยพบว่า

1. ปัญหาความเป็นพลเมืองของนักศึกษาในระบบประชาธิปไตยนักศึกษาจะให้ความสำคัญในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมากที่สุด เพราะว่า ผลประโยชน์ของสังคมเป็นผลประโยชน์ของสาธารณะที่ทุกคนในสังคมเป็นเจ้าของร่วมกัน และไม่มีใครที่สามารถแสดงเป็นกรรมสิทธิ์เพียงคนเดียวได้ แต่ทุกคนต้องช่วยกันปกป้อง รักษาร่วมกันผลประโยชน์ของสาธารณะให้คงอยู่อย่างยั่งยืน และควรให้ภาครัฐดำเนินการทางกฎหมายผู้ที่ทำลายผลประโยชน์สาธารณะโดยเด็ดขาด

2. นักศึกษาให้ความสำคัญผลกระทบที่เกิดจากปัญหาความเป็นพลเมืองต่อบุคคลมากที่สุด เพราะว่า ในสังคมที่ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตยทุกคนมีสิทธิเสรีภาพอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งกฎหมาย

ให้การรับรองและคุ้มครองในการแสดงออกในด้านสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคล แต่ต้องอยู่ในขอบเขตของกฎหมาย และถ้าบุคคลใดไปละเมิดสิทธิเสรีภาพของบุคคลอื่นให้ได้รับความเสียหายบุคคลนั้นสามารถไปฟ้องร้องให้ภาครัฐใช้กฎหมายมาลงโทษบุคคลนั้นได้

3. นักศึกษาให้ความสำคัญแนวทางการเสริมสร้างจิตสำนึกสาธารณะความเป็นพลเมืองในด้านจิตสำนึกเกี่ยวกับคุณธรรมมากที่สุด เพราะว่าความซื่อสัตย์สุจริตและความรับผิดชอบต่อตนเองเป็นเรื่องที่สำคัญต่อบุคคลในการปฏิบัติงาน การดำเนินชีวิตประจำวันที่จะก่อให้เกิดคุณธรรม และจะเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับบุคคลอื่นนำไปปฏิบัติที่จะช่วยให้สังคมส่วนรวมมีความเจริญก้าวหน้ารวมทั้งการพัฒนาประเทศสามารถนำไปสู่เป้าหมายให้สำเร็จได้

คำสำคัญ: การเสริมสร้าง; จิตสำนึกสาธารณะ; ความเป็นพลเมือง และประชาธิปไตย

Abstract

The purposes of the research of are to study (1) the citizenship problems of students in democracy, (2) the impacts of citizenship problems, (3) the ways of fostering the public consciousness of the citizenship students. The research methodology contains documentary research, formal document, and official data records. The in-depth interviews relating students of 5 faculties included: Humanity and Social Science, Management Science, Science and Technology, Education and Agricultural Technology. It is an unstructured the in-depth interview. The open end question forms and flexible interview methods are set for specific random sampling pattern in the friendly atmosphere of daily life. The samples are 45 persons.

The research results were found as follows;

1. for the citizenship problems of students in democracy, social responsibility can be the most significance because the social benefit belongs to public for united possession and conserved sustainability. Whoever, causing injury to the social benefit, should be executed under the laws by the public sector immediately

2. for the impacts of citizen problems, individuals can be the most significance because the democracy society has the equality of civil rights and liberty. Any person, violating the rights and liberty of the other person caused injury to such person, should be filed and punished by the public sector

3. for the ways of fostering public consciousness of the citizenship students, morality can be the most significance because self-sincerity and responsibility are important to individuals in daily life. The other person can adapt this good model to build the growth of society, country development and goal achieved.

Keywords: Fostering; Public Consciousness; Citizenship and Democracy

บทนำ

ในปัจจุบันโลกก้าวไปสู่ยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี รวมทั้งการติดต่อสื่อสารอย่างรวดเร็ว ดังนั้นทุกประเทศจะต้องมีการพัฒนาประเทศเพื่อให้ก้าวทันกับการแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการดำรงชีวิตของประชาชนในประเทศนั้น จึงทำให้คนในสังคมต่างก็แข่งขันในการหารายได้เพื่อมาเลี้ยงชีพในครอบครัวและตนเองจึงทำให้เกิดการเอาเปรียบกันทำให้เห็นผลประโยชน์ส่วนตนมากกว่าผลประโยชน์ส่วนรวม บางครั้งถึงกับมีการทุจริตเอาทรัพย์สินขององค์การมาใช้เป็นทรัพย์สินส่วนตัว จึงทำให้บางคนขาดความสำนึกในหน้าที่ความรับผิดชอบต่อองค์การ ดังนั้นจึงทำให้คนในสังคมมีค่านิยมสูงที่ต้องแสวงหาผลประโยชน์ของส่วนรวมมาเป็นผลประโยชน์ส่วนตัว มีการแสวงหาทรัพย์สินเงินทอง รวมทั้งอำนาจในการแสวงหาผลประโยชน์จึงทำให้คนในสังคมละเลยการพัฒนาทางด้านคุณธรรมจริยธรรมอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นจึงทำให้เกิดสภาวะขาดความสมดุลทั้งทางด้านจิตใจ และวัตถุจึงทำให้คนในสังคมซึ่งเป็นพลเมืองขาดความสำนึกรับผิดชอบต่อส่วนรวมโดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่ใช้ระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตย

การปกครองในระบอบ “ประชาธิปไตย” ไม่เพียงแต่จะต้องมีกติกา หรือรัฐธรรมนูญที่จะกำหนดรูปแบบหรือ ระบบที่ใช้ในการปกครองประเทศภายใต้หลักการดังที่ได้กล่าวมาเท่านั้น สิ่งที่สำคัญไม่น้อยไปกว่ากันก็คือ คน หรือประชาชนผู้ซึ่งเป็น “เจ้าของประเทศ” ที่มีสิทธิเสรีภาพในประเทศอย่างเสมอภาคกัน จะต้องมีความสามารถในการปกครองกันเอง ระบอบประชาธิปไตยที่เป็นการปกครอง โดยประชาชน หรือการปกครองที่ ประชาชนปกครองตนเอง จึงจะประสบความสำเร็จได้

คำว่า “พลเมือง” ของระบอบประชาธิปไตย จึงไม่เหมือนกับ “พลเมือง” ของการปกครองระบอบอื่น ๆ “พลเมือง” ของการปกครองระบอบอื่นจะมีคุณสมบัติอย่างไรจะขึ้นอยู่กับอำเภอใจของผู้เป็นเจ้าของอำนาจของประเทศจะกำหนดให้เป็น ขณะที่ “พลเมือง” ของระบอบประชาธิปไตย จะเป็นเจ้าของประเทศ “พลเมือง” ของระบอบประชาธิปไตย จึงมีอิสรภาพในการเลือกวิถีชีวิต และมีสิทธิเสรีภาพอย่างเสมอภาคกัน แต่ถ้าทุกคนต่างใช้สิทธิเสรีภาพของตนโดยไม่รับผิดชอบ ไม่คำนึงถึงสิทธิของเจ้าของประเทศคนอื่น ไม่คำนึงถึงส่วนรวม หรือเห็นแต่ประโยชน์ของตนเอง สังคมก็ย่อมเต็มไปด้วยความวุ่นวาย มีแต่ปัญหา และประชาธิปไตย หรือ “การปกครองตนเองของประชาชน” ก็ย่อมไปไม่รอด เพราะประชาธิปไตยมิใช่ระบอบการปกครอง ตามอำเภอใจ หรือใครอยากจะทำอะไรก็ทำโดยไม่คำนึงถึงส่วนรวม อิสรภาพของ “พลเมือง” จึงมิใช่อิสรภาพตามอำเภอใจ หากเป็นอิสรภาพที่ควบคู่กับความรับผิดชอบ คือรับผิดชอบต่อตนเอง ต่อผู้อื่น และต่อสังคม ดังนั้น “ความเป็นพลเมือง” (citizenship) ของระบอบประชาธิปไตยจึงหมายถึง การเป็นสมาชิกของสังคมที่มี อิสรภาพ ควบคู่กับ ความรับผิดชอบ และมี สิทธิเสรีภาพ ควบคู่กับหน้าที่ โดยมีความสามารถในการยอมรับความแตกต่าง และเคารพกติกาในการอยู่ร่วมกัน พร้อมทั้งมีส่วนร่วมต่อความเป็นไปและการแก้ปัญหาของสังคมของตนเอง (Turner, 2000)

ในประเทศที่ปกครองโดยระบอบประชาธิปไตยอาจมีการให้นิยามคุณสมบัติของ “ความเป็นพลเมือง” ที่แตกต่างกันบ้าง แต่โดยสรุปแล้ว “พลเมือง” ในระบอบประชาธิปไตย ประกอบไปด้วยลักษณะ

หกประการดังต่อไปนี้คือ หนึ่ง รับผิดชอบตนเองและพึ่งตนเองได้ สอง เคารพสิทธิผู้อื่น สาม เคารพความแตกต่าง สี่ เคารพหลักความเสมอภาค ห้า เคารพกติกา และ หก รับผิดชอบต่อสังคมและส่วนรวม (Hahn, 1999)

ในสังคมประเทศแบบประชาธิปไตยมีพลเมืองอาศัยร่วมกันหลากหลายเชื้อชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ภาษา และศาสนา ซึ่งคนเหล่านี้ต้องมีความสัมพันธ์กันในหลายเรื่อง อาทิ อาชีพ ธุรกิจ การค้าขาย รวมทั้งการเข้าสังคมในพิธีกรรมต่างๆ โดยแต่ละคนต่างก็มีสถานภาพ บทบาท และหน้าที่แตกต่างกันไป แต่หากสมาชิกที่มาเข้าสังคมร่วมกันขาดจิตสำนึกสาธารณะจะส่งผลกระทบต่อบุคคล ครอบครัว และประเทศชาติ รวมทั้งประชาคมโลกอีกด้วย ซึ่งผลกระทบเหล่านี้ได้แก่ (ชนพรพรณ ธานี, 2549 และรุ่งรัตน์ เฟื่องสวย, 2550)

1) ผลกระทบต่อบุคคล ทำให้เกิดปัญหา เช่น สร้างความเดือดร้อนให้กับตนเอง และผู้อื่น กล่าวคือ เมื่อตนเองขาดความใส่ใจในสังคมไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ของตนตามศักดิ์ และสิทธิที่ตนมีย่อมจะเป็นการสร้าง ความเดือดร้อนทั้งต่อตนเองและผู้อื่น เช่น มีหน้าที่เป็นผู้พิทักษ์สันติราษฎร์ แต่ไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ให้เป็นไปตามกฎหมาย ย่อมเกิดปัญหาตามมาทั้งต่อตนเอง และผู้อื่น เป็นต้น

2) ผลกระทบต่อครอบครัว ทำให้เกิดปัญหา เช่น ครอบครัวมีความสามัคคีลดน้อยลง ครอบครัวเกิดการทะเลาะเบาะแว้ง เป็นต้น ครอบครัวไทยในปัจจุบัน เป็นครอบครัวขนาดเล็ก นอกจากพ่อแม่แล้ว ใน ครอบครัวหนึ่ง ๆ จะมีลูก 2-3 คนเท่านั้น เพราะไม่สามารถเลี้ยงดูลูกที่มีมากมายได้ ลูกที่ไม่มาก พ่อแม่สามารถเลี้ยงดูได้ค่อนข้างจะดีและมีคุณภาพ นอกจากให้การศึกษา ในสถาบันการศึกษาแล้ว พ่อแม่ยังช่วยกันอบรมสั่งสอนในด้านคุณธรรมจริยธรรมให้กับลูก ๆ เพื่อให้เป็นพลเมืองที่ดีของชาติ ครอบครัวจะมีแต่ความสุข และความอบอุ่น ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ในกรณีที่ครอบครัวขาดผู้นำที่ดี พ่อแม่แยกทางกัน ลูก ๆ ขาดความอบอุ่น พึ่งพ่อแม่ไม่ได้ กลับต้องไปพึ่งพาเพื่อน ๆ เด็กและเยาวชน ต่างคนก็ต่างไปพึ่ง ยาเสพติดแทน ครอบครัวเริ่มอ่อนแอสิ้นคลอน นับว่าเป็นผลกระทบกับสังคมส่วนรวมในอนาคต เพราะครอบครัวเป็นสถาบันที่เล็กที่สุด ถ้าครอบครัวมีปัญหา ก็จะส่งผลกระทบต่อชุมชนและสังคมภายนอกในเรื่องจิตสาธารณะอย่างแน่นอน

3) ผลกระทบต่อชุมชน ทำให้เกิดปัญหา ถ้าคนในชุมชนขาดจิตสาธารณะ ต่างคนต่างอยู่ไม่มีใครสนใจใคร ชุมชนเริ่มอ่อนแอยิ่งนานไปก็มีแต่เสื่อมทรุดลง เพราะชุมชนขาดการพัฒนาขาดศูนย์รวมทางจิตใจ ขาดผู้นำที่ดี และเข้มแข็ง สมาชิกขาดการมีส่วนร่วมเนื่องจากการเห็นแก่ตัวไม่ยอมเสียสละกลัวเสียทรัพยากร รวมทั้งต้องเสียเวลาที่ต้องมาช่วยเหลือชุมชน เมื่อชุมชนขาดการพัฒนา อาชญากรรมในชุมชนย่อมเกิดขึ้น อันจะส่งผลให้ชุมชนเกิดการล่มสลายในอนาคต

4) ผลกระทบต่อประเทศ ย่อมรับผลจากครอบครัว จากชุมชน ถ้าครอบครัวและชุมชนขาดจิตสาธารณะ ขาดความความเข้มแข็ง ประเทศชาติก็ย่อมเกิดวิกฤตการณ์ภายในทุกด้านผู้นำประเทศแก้ปัญหาไม่ได้เพราะบุคลากรในประเทศขาดการเสียสละ มีการเบียดเบียนทำลายทรัพยากร และสมบัติที่เป็นส่วนรวมอย่างต่อเนื่อง เหมือนปลวกที่คอยแทะกินเนื้อไม้ ประเทศชาติตกอยู่ในสภาพที่ล้าหลัง

ไม่สามารถต่อสู้กับชาติอื่นที่อยู่ข้างเคียงได้ เพราะขาดพลังและความร่วมมือของคนในสังคม แม้ว่าผู้นำประเทศ จะนำมาตรารการใด ๆ ออกมาใช้ ประชาชนก็จะขัดขวางไม่ให้ความร่วมมือ เกิดการแบ่งพรรคแบ่งพวก แก่งแย่งแข่งขัน เห็นแก่ตัว เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนและกลุ่มของตน การทุจริตคอร์รัปชันจึงเกิดขึ้น ผลที่ตามมาคือ การล่มสลายของชาติ

จากปัญหา และผลกระทบที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการเสริมสร้างจิตสำนึกสาธารณะให้กับประชาชนในสังคมประเทศชาติโดยให้คนในสังคมได้มีความรับผิดชอบ ต่อส่วนรวม มีคุณธรรมจริยธรรม ที่เห็นต่อผลประโยชน์ส่วนรวมของประชาชน และประเทศชาติ ซึ่งถ้าได้เสริมสร้างจิตสำนึกสาธารณะให้คนในสังคมแล้วก็จะทำให้คนในสังคมไม่เอารัดเอาเปรียบผู้อื่น ไม่แก่งแย่งผลประโยชน์ของส่วนรวมมาเป็นผลประโยชน์ส่วนตน นอกจากนี้จะทำให้คนในสังคมมีความเข้มแข็งอุทิศตนเองเพื่อปกป้องผลประโยชน์ของส่วนรวม และประเทศชาติ และจะส่งผลให้มีการพัฒนาบุคคลมีความเข้มแข็ง มีก้าวหน้าในหน้าที่ทำงาน และจะส่งผลทำให้ประเทศชาติมีการพัฒนาทางด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมอย่างเข้มแข็ง และมีความยั่งยืนต่อไป ซึ่งแนวทางในการเสริมสร้างจิตสำนึกสาธารณะในการพัฒนาบุคคล (มานิต มานิตเจริญ, 2547; ศูนย์เครือข่ายองค์ความรู้สาธารณะด้านการจัดการทุนมนุษย์, 2550; กุลทิพย์ ศาสตรระจุ, 2551 และ อริสา สุขสม, 2554)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาความเป็นพลเมือง ในระบอบประชาธิปไตยของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
2. เพื่อศึกษาผลกระทบที่เกิดจากปัญหาความเป็นพลเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
3. เพื่อเสนอแนวทางการเสริมสร้างจิตสำนึกสาธารณะความเป็นพลเมืองของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

การทบทวนวรรณกรรม

ความหมายความเป็นพลเมือง

สำหรับคำว่า พลเมืองนั้นมีพัฒนาการมาจากการที่ในประเทศตะวันตกได้มีการเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครองเป็นประชาธิปไตยซึ่งก็คือการเปลี่ยนราษฎรให้เป็นพลเมือง โดยลักษณะของพลเมืองก็คือราษฎรที่นอกจากเสียภาษีและปฏิบัติตามกฎหมายบ้านเมืองแล้ว ยังต้องมีอำนาจและบทบาททางการเมือง กล่าวคืออย่างน้อยต้องมีสิทธิไปเลือกตั้ง แต่ที่ยิ่งไปกว่านั้นคือมีสิทธิในการแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ต่อทางการเมืองหรือต่อประเทศชาติ รวมถึงยังมีสิทธิเข้าไปร่วมในการทำกิจต่าง ๆ เพื่อส่วนรวมร่วมกับภาครัฐด้วย ซึ่งจากแนวความคิดของนักวิชาการไทยทั้งสองท่านนั้นสามารถสรุปความแตกต่างระหว่างคำว่าราษฎร (subject) และพลเมือง (Citizenship) ได้ดังนี้

1. ราษฎรนั้นเป็นรับกฎหมายนโยบายและกิจการหรือกิจกรรมของรัฐ พลเมืองจะเป็นฝ่ายรุกเพื่อเรียกร้องกฎหมาย นโยบาย และกิจการของรัฐตามที่ตนเองเห็นพ้องต้องกัน

2. ราษฎรที่ดื้อนั้นเป็นฝ่ายรับและว่านอนสอนง่าย ส่วนพลเมืองที่ดื้อนั้นต้องเป็นฝ่ายรุกได้ และต้องไม่เฉื่อยชาหรือเชื่องช้า

3. ราษฎรมักจะคิดว่าตนเองเป็นผู้้น้อย ส่วนพลเมืองจะคิดว่าตนมีสิทธิมีเสียงส่วนร่วมในบ้านเมือง แต่อย่างไรก็ดีคำว่าพลเมืองในต่างประเทศนั้นปรากฏมีมานานแล้วตั้งแต่สมัยกรีกโบราณ และในปัจจุบันนี้เรื่องของพลเมืองได้กลายเป็นประเด็นสำคัญประเด็นหนึ่งที่ได้มีการพูดถึงกันอย่างกว้างขวางในวงวิชาการ จึงขอยกตัวอย่างคำความหมายที่เกี่ยวข้องกับพลเมืองจากนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญต่างประเทศดังนี้

Smart, et al. (2000) อธิบายว่า จิตสำนึกพลเมือง (Civic Mindedness) หมายถึง ทศนคติและพฤติกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม โดยมุ่งเน้นไปที่ประเด็นเกี่ยวกับชุมชนและการเมือง เป็นความรับผิดชอบของตนที่จะต้องเข้าไปมีส่วนร่วมและอุทิศชีวิตให้แก่การเมืองและชุมชนของตน นอกจากนี้ยังมองว่าเป็นทุนทางสังคมที่จะทำให้เกิดประโยชน์ด้านความไว้วางใจและการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างคนในชุมชน

Thomson (1970) ได้กล่าวสั้น ๆ ว่า ความเป็นพลเมืองหมายความว่าความสามารถทั้งในปัจจุบันและในอนาคตที่จะมีส่วนในการกำหนดแนวทางในทางการเมืองจากที่ได้กล่าวไปทั้งหมดนี้คือลักษณะและความหมายของความเป็นพลเมือง ซึ่งเราจะเห็นได้ว่าลักษณะของความเป็นพลเมืองนั้นไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นอย่างลอย ๆ แต่ลักษณะของความเป็นพลเมืองย่อมเกิดขึ้นได้จากการหล่อหลอมของสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งผู้วิจัยจะได้นำเสนอในหัวข้อลำดับต่อไป

Webster's Encyclopedic Unabridged Dictionary of the English Language Citizen (1989 อ้างถึงใน Banks, 2004) นิยามว่า พลเมือง (Citizen) คือ สมาชิกพื้นเมืองของรัฐหรือชาติ ซึ่งมีความจงรักภักดีต่อรัฐบาล และมีสิทธิได้รับความคุ้มครอง ส่วนความเป็นพลเมือง (Citizenship) คือ สถานะของการมีสิทธิ สิทธิประโยชน์ และภาระหน้าที่ของพลเมือง

ส่วนคำว่า “จิตสำนึกพลเมือง (Civic Mindedness)” เป็นคำที่มีความหมายใกล้เคียงกับ การมีส่วนร่วมของพลเมือง (Civic Participation) ความรับผิดชอบของพลเมือง (Civic Responsibility) และความผูกพันของพลเมือง (Civic Engagement) โดยภาพรวมแล้ว หมายถึง ความรู้สึกภายในด้านการมีจิตอาสาเพื่อชุมชน หรือความรู้สึกรับผิดชอบต่อชุมชน จัดเป็นทุนทางสังคมที่จะทำให้คนมีความไว้วางใจและร่วมมือกัน ดังนั้น จิตสำนึกพลเมืองจึงมีคุณค่า เพราะจะทำให้สังคมและประชาธิปไตยเกิดความเข้มแข็งได้ (Hua & Wan, 2011)

“พลเมือง” ของระบอบประชาธิปไตย จึงไม่เหมือนกับ “พลเมือง” ของการปกครองระบอบอื่น กล่าวคือ พลเมืองของการปกครองระบอบอื่นจะมีคุณสมบัติอย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับผู้เป็นเจ้าของอำนาจของประเทศจะกำหนดให้เป็น ในขณะที่พลเมืองของระบอบประชาธิปไตยจะต้องเป็นเจ้าของประเทศ จึงมีอิสรภาพในการเลือกวิถีชีวิตและมีสิทธิเสรีภาพอย่างเสมอภาคกัน แต่ถ้าทุกคนต่างใช้สิทธิเสรีภาพของตน

โดยไม่รับผิดชอบ ไม่คำนึงถึงสิทธิของเจ้าของประเทศคนอื่น ไม่คำนึงถึงส่วนรวม หรือเห็นแต่ประโยชน์ของตนเอง สังคมย่อมวุ่นวาย มีแต่ปัญหา ประชาธิปไตยก็ย่อมไปไม่รอด เพราะประชาธิปไตยไม่ใช่ระบอบการปกครองตามอำเภอใจหรือใครอยากจะทำอะไรก็ทำโดยไม่คำนึงถึงส่วนรวม ดังนั้น อิสรภาพของพลเมืองจึงต้องควบคู่กับความรับผิดชอบต่อตนเอง ผู้อื่น และสังคม

โดยรวมแล้ว ความเป็นพลเมือง (Citizenship) ในระบอบประชาธิปไตย (ปริญญญา เทวานฤมิตรกุล, 2555) หมายถึง การเป็นสมาชิกของสังคมที่มีอิสรภาพควบคู่กับความรับผิดชอบต่อตนเอง และมีสิทธิเสรีภาพควบคู่กับหน้าที่ โดยมีความสามารถในการยอมรับความแตกต่างและเคารพกติกาในการอยู่ร่วมกัน พร้อมทั้งมีส่วนร่วมต่อความเป็นไปและการแก้ปัญหาในสังคมของตนเอง

กล่าวโดยสรุป จากการศึกษาแนวคิดเรื่องพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย ผู้วิจัยได้กำหนดให้ “พลเมือง” หมายถึง สมาชิกของชุมชนหรือสังคมที่มีอำนาจในการปกครองตนเอง มีสิทธิเสรีภาพ หน้าที่ความรับผิดชอบต่อและร่วมแก้ไขปัญหของสังคม ทั้งนี้ จะต้องมีความเคารพผู้อื่น และเคารพกฎกติกาที่ใช้ร่วมกันในสังคม

ผลกระทบปัญหาเกี่ยวกับความเป็นพลเมือง

ในสังคมประเทศแบบประชาธิปไตยมีพลเมืองอาศัยรวมกันหลากหลายเชื้อชาติ วัฒนธรรม ประเพณี ภาษา และศาสนา ซึ่งคนเหล่านี้ต้องมีความสัมพันธ์กันในหลายเรื่อง อาทิ อาชีพ ธุรกิจ การค้าขาย รวมทั้งการเข้าสังคมในพิธีกรรมต่าง ๆ โดยแต่ละคนต่างก็มีสถานภาพ บทบาท และหน้าที่แตกต่างกันไป แต่หากสมาชิกที่มาเข้าสังคมร่วมกันขาดจิตสำนึกสาธารณะจะส่งผลกระทบต่อบุคคล ครอบครัว และประเทศชาติ รวมทั้งประชาคมโลกอีกด้วย ซึ่งผลกระทบเหล่านี้ได้แก่ (ชนพรพรณ ธาณี, 2549 และ รุ่งรัตน์ เพ็งสวญ, 2550)

1. ผลกระทบต่อบุคคล ทำให้เกิดปัญหา เช่น สร้างความเดือดร้อนให้กับตนเอง และผู้อื่น กล่าว คือ เมื่อตนเองขาดความใส่ใจในสังคมไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ของตนตามศักดิ์ และสิทธิของตนมียอมจะเป็นการสร้าง ความเดือดร้อนทั้งต่อตนเองและผู้อื่น เช่น มีหน้าที่เป็นผู้พิทักษ์สันติราษฎร์ แต่ไม่ปฏิบัติตามหน้าที่ให้เป็นไปตามกฎหมาย ย่อมเกิดปัญหาตามมาทั้งต่อตนเอง และผู้อื่น เป็นต้น

2. ผลกระทบต่อครอบครัว ทำให้เกิดปัญหา เช่น ครอบครัวมีความสามัคคีลดน้อยลง ครอบครัวเกิดการทะเลาะเบาะแว้ง เป็นต้น ครอบครัวไทยในปัจจุบัน เป็นครอบครัวขนาดเล็ก นอกจากพ่อแม่แล้ว ใน ครอบครัวหนึ่ง ๆ จะมีลูก 2-3 คนเท่านั้น เพราะไม่สามารถเลี้ยงดูลูกที่มีมากมายได้ ลูกที่ไม่มาก พ่อแม่สามารถเลี้ยงดูได้ค่อนข้างจะดีและมีคุณภาพ นอกจากให้การศึกษา ในสถาบันการศึกษาแล้ว พ่อแม่ยังช่วยกันอบรมสั่งสอนในด้านคุณธรรมจริยธรรมให้กับลูก ๆ เพื่อให้เป็นพลเมืองที่ดีของชาติ ครอบครัวจะมีแต่ความสุข และความอบอุ่น ผลกระทบที่จะเกิดขึ้น ในกรณีที่ครอบครัวขาดผู้นำที่ดี พ่อแม่แยกทางกัน ลูก ๆ ขาดความอบอุ่น พี่พ่อแม่ไม่ได้ กลับต้องไปพึ่งพาเพื่อน ๆ เด็กและเยาวชน ต่างคนก็ต่างไปพึ่ง ยาเสพติดแทน ครอบครัวเริ่มอ่อนแอสิ้นคลอน นับว่าเป็นผลกระทบกับสังคมส่วนรวมในอนาคต เพราะ

ครอบครัวเป็นสถาบันที่เล็กที่สุด ถ้าครอบครัวมีปัญหา ก็จะส่งผลกระทบต่อชุมชนและสังคมภายนอกในเรื่องจิตสาธารณะอย่างแน่นอน

3. ผลกระทบต่อชุมชน ทำให้เกิดปัญหา ถ้าคนในชุมชนขาดจิตสาธารณะ ต่างคนต่างอยู่ไม่มีใครสนใจใคร ชุมชนเริ่มอ่อนแอ ยิ่งนานไปก็มีแต่เสื่อมทรุดลง เพราะชุมชนขาดการพัฒนาขาดศูนย์รวมทางจิตใจ ขาดผู้นำที่ดี และเข้มแข็ง สมาชิกขาดการมีส่วนร่วมเนื่องจากการเห็นแก่ตัวไม่ยอมเสียสละกลัวเสียทรัพย์ รวมทั้งต้องเสียเวลาที่ต้องมาช่วยเหลือชุมชน เมื่อชุมชนขาดการพัฒนา อาชญากรรมในชุมชนย่อมเกิดขึ้น อันจะส่งผลให้ชุมชนเกิดการล่มสลายในอนาคต

4. ผลกระทบต่อประเทศ ย่อมรับผลจากครอบครัว จากชุมชน ถ้าครอบครัว และชุมชนขาดจิตสาธารณะ ขาดความความเข้มแข็ง ประเทศชาติก็ย่อมเกิดวิกฤตการณ์ภายในทุกด้านผู้นำประเทศแก้ปัญหาไม่ได้เพราะบุคลากรในประเทศขาดการเสียสละ มีการเบียดเบียนทำลายทรัพยากร และสมบัติที่เป็นส่วนรวมอย่างต่อเนื่อง เหมือนปลวกที่คอยแทะกินเนื้อไม้ ประเทศชาติตกอยู่ในสภาพที่ล้าหลัง ไม่สามารถต่อสู้กับชาติอื่นที่อยู่ข้างเคียงได้ เพราะขาดพลังและความร่วมมือของคนในสังคม แม้ว่าผู้นำประเทศ จะนำมาตรารใด ๆ ออกมาใช้ ประชาชนก็จะขัดขวางไม่ให้ความร่วมมือ เกิดการแบ่งพรรคแบ่งพวก แก่งแย่งแข่งขัน เห็นแก่ตัว เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนและกลุ่มของตน การทุจริตคอร์รัปชันจึงเกิดขึ้น ผลที่ตามมาคือ การล่มสลายของชาติ

ความหมายจิตสำนึกสาธารณะ

จิตสำนึกสาธารณะในภาษาไทย เป็นศัพท์ใหม่ที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาทศวรรษที่ผ่านมา เป็นคำที่ใช้แปลจากภาษาอังกฤษที่เรียกว่า Public consciousness/ public mind/public service/ service mind ส่วนคำแปลในภาษาไทย นอกจากใช้ว่า จิตสำนึกสาธารณะแล้ว มีคำที่ใช้ในความหมายเดียวกันคำอื่น ๆ คือ สำนึกสาธารณะ/จิตสำนึกสาธารณะ/จิตบริการ/จิตอาสา/จิตสำนึกทางสังคม เป็นต้น เมื่อวิเคราะห์ความหมายอย่างง่ายว่า จิตสำนึกที่มีต่อสาธารณะ จึงทำการศึกษาแนวคิดของคำว่า จิตสำนึก และสาธารณะ เรื่องของจิตสำนึกสาธารณะมีการศึกษาและค้นคว้ากันอย่างกว้างขวาง ซึ่งมีผู้ให้คำจำกัดความไว้หลากหลายดังนี้

ชาย โพธิ์สีตา และคณะ (2550) ใช้คำว่า จิตสำนึกต่อสาธารณสมบัติ และให้ความหมายในเชิงพฤติกรรมไว้ว่า คือ การใช้สาธารณสมบัติอย่างรับผิดชอบ หรือการรับผิดชอบต่อสาธารณสมบัติ ซึ่งมีนัยสองประการ ได้แก่ 1) การรับผิดชอบต่อสาธารณสมบัติ ด้วยการหลีกเลี่ยงการใช้ และการกระทำที่จะก่อให้เกิดความชำรุดเสียหายต่อสาธารณสมบัตินั้น ๆ รวมไปถึงการถือเป็นหน้าที่ที่จะมีส่วนร่วมในการดูแลสาธารณสมบัติในวิสัยที่ตนสามารถทำได้ 2) การเคารพสิทธิ และใช้สาธารณสมบัติของผู้อื่น โดยการคำนึงว่า คนอื่นก็มีสิทธิในการใช้เช่นเดียวกันจะต้องไม่ยึดสาธารณสมบัตินั้นไว้เป็นของส่วนตัว และไม่ปิดกั้นโอกาสใช้ประโยชน์สาธารณสมบัติของผู้อื่น

ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ และคณะ (2552) ได้ให้ความหมาย จิตสำนึกสาธารณะ หรือจิตสำนึกต่อส่วนรวมไว้ว่า หมายถึง คุณลักษณะทางจิตใจของบุคคลเกี่ยวกับการมองเห็นคุณค่า หรือการให้คุณค่าแก่

การมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่ในสังคมที่ไม่มีผู้ใดผู้หนึ่งเป็นเจ้าของหรือเป็นสิ่งที่คนในสังคมเป็นเจ้าของร่วมกันเป็นสิ่งที่สามารถสังเกตได้จากความรู้สึกนึกคิด หรือพฤติกรรมและการกระทำที่แสดงออก

กนิษฐา นิทัศน์พัฒนาและคณะ (2551) ได้ให้ความหมายของ จิตสำนึกสาธารณะว่า เป็นคำเดียวกับคำว่า จิตสำนึกทางสังคม หมายถึง การตระหนักรู้และคำนึงถึงส่วนรวมร่วมกันหรือคำนึงถึงผู้อื่นที่รวมความสัมพันธ์เป็นกลุ่มเดียวกับตน

ศักดิ์ชัย นิรัญทวิ (2554) กล่าวว่า การมีจิตสำนึกสาธารณะ คือการมีจิตใจที่คำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวมคำนึงถึงความสำคัญของสิ่งอันเป็นของที่ต้องใช้ หรือมีผลกระทบร่วมกันในชุมชน เช่น ป่าไม้ ความสงบสุขของชุมชน

สยามรัฐ เรืองนาม (2552) ใช้คำว่า “ความสำนึกเชิงสังคม” หมายถึง การตื่นตัวความรู้สึกนึกคิด และความปรารถนาต่าง ๆ ของบุคคลในสังคมที่ต้องการเข้าไปแก้วิกฤตการณ์ หรือปัญหาของสังคม และก่อให้เกิดพฤติกรรมการรวมตัวเป็นกลุ่มหรือองค์กร ทั้งภาครัฐ ภาคธุรกิจ หรือภาคสังคม ในลักษณะที่เป็นหุ้นส่วนกัน ก่อให้เกิดจิตสำนึกร่วมกัน

ชัยวัฒน์ ธีระพันธุ์ (2553) กล่าวว่า คำว่า “จิตสำนึกสาธารณะ” เป็นคำเดียวกับคำว่าจิตสาธารณะ ซึ่งหมายถึง ความเป็นพลเมืองผู้ตื่นรู้ ตระหนักในสิทธิและความรับผิดชอบที่จะสร้างสรรค์สังคมส่วนรวมของคนสามัญ พลเมืองที่รัก เรียกร้องการมีส่วนร่วม และต้องการที่จะจัดการดูแลกำหนดชะตากรรมของตนและชุมชน

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (2555) ได้ให้ความหมายจิตสาธารณะว่า เป็นการรู้จักเอาใจใส่เป็นธุระและเข้าร่วมในเรื่องของส่วนรวมที่เป็นประโยชน์ต่อชาติ

เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2556) ได้ให้ความหมายของจิตสาธารณะว่า หมายถึง ความคิดที่ไม่เห็นแก่ตัวมีความปรารถนาที่จะช่วยเหลือ ช่วยแก้ปัญหาให้แก่ผู้อื่นหรือสังคมพยายามฉวยโอกาสที่ช่วยเหลืออย่างจริงจัง และมองโลกในแง่ดีบนพื้นฐานของความเป็นจริง

ศรีประภา เพชรมีศรี (2554) เสนอให้ใช้คำว่า จิตวิญญาณสาธารณะซึ่ง หมายถึงความรับผิดชอบต่อสาธารณะ หรือต่อสังคมที่บุคคลดำรงอยู่

ไพฑูรย์ สีนลรัตน์ (2554) ใช้คำว่า สำนึกทางสังคม หมายถึง ความรู้ความเข้าใจ ความรับผิดชอบที่มีต่อสังคม และความรู้สึกร่วมได้ร่วมเสียกับสังคม

วิรัตน์ คาศรีจันทร์ (2554) ให้ความหมายว่า จิตสำนึกสาธารณะ หมายถึง กระบวนการคิด และลักษณะของบุคคล ที่มีการปฏิบัติโดยมีกระบวนการในระดับบุคคลไปสู่สาธารณะ มีความรัก และรู้สึกเป็นเจ้าของของสาธารณะ และต้องการที่จะทำประโยชน์มากกว่าที่จะรับจากสาธารณะ

สุดจิต นิमितกุล (2558) ให้ความหมายของ “จิตสำนึกสาธารณะ” คือจิตสำนึกของความเป็นพลเมือง

เมื่อประมวลความหมายของจิตสาธารณะจากความหมายที่นักวิชาการต่าง ๆ ได้ให้ไว้จะได้ข้อสรุปว่า จิตสาธารณะ หมายถึง ความตระหนักของบุคคลถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมทำให้เกิดความรู้สึกปรารถนาที่จะช่วยเหลือสังคม ต้องการเข้าไปแก้วิกฤตการณ์ โดยรับรู้ถึงสิทธิควบคู่ไปกับหน้าที่ และความรับผิดชอบ สำนึกถึงพลังของตนเองที่สามารถร่วมแก้ไขปัญหานั้นได้ และลงมือกระทำเพื่อให้เกิดการแก้ปัญหาด้วยวิธีการต่าง ๆ โดยการเรียนรู้ และแก้ไขปัญหาร่วมกันกับคนในสังคม การกระทำที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสาธารณะสมบัติด้วยการเอาใจใส่ดูแลเป็นธุระและเข้าร่วมในเรื่องส่วนรวมที่เป็นประโยชน์ร่วมกันของกลุ่ม โดยพิจารณาจากการที่บุคคลหลีกเลี่ยงการใช้ หรือกระทำที่ก่อให้เกิดการชำรุดเสียหายต่อของส่วนรวม การถือเป็นหน้าที่ที่จะมีส่วนร่วมในการดูแล การเคารพสิทธิในการใช้สาธารณะสมบัติของผู้อื่น มุ่งปฏิบัติเพื่อส่วนรวมในการดูแลรักษาของส่วนรวม เช่น การทำตามหน้าที่ที่กำหนดการดูแลความสงบเรียบร้อย การรักษาสาธารณะสมบัติรับรู้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้นมีส่วนร่วมในการหาแนวทางป้องกันแก้ไข และติดตามประเมินผล รวมไปถึงการรับอาสาทำบางสิ่งบางอย่างเพื่อส่วนรวม การเคารพสิทธิของผู้อื่น การใช้ของส่วนรวมไม่ปิดกั้นในการใช้ของบุคคลอื่นมีการแบ่งปัน หรือเปิดโอกาสให้ผู้อื่นได้ใช้ของส่วนรวม ไม่ยึดครองของส่วนรวมมาเป็นของตนเอง

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นรูปแบบผสมผสาน (Mixed Method) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. การวิจัยเอกสาร (documentary research) เป็นการศึกษาจากงานวิจัยของนักวิชาการ เอกสารทางราชการ ข้อมูลบันทึกของหน่วยงาน ตำรา และหนังสือที่เกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะ ความเป็นพลเมือง และแนวคิดระบอบประชาธิปไตย

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured interview) เป็นคำถามปลายเปิด มีจัดเตรียมชุดคำถามและวิธีการสัมภาษณ์อย่างยืดหยุ่น บรรยายภาคเป็นกันเองแบบการใช้ชีวิตประจำวัน โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และยึดวัตถุประสงค์ของการศึกษาเป็นหลัก (ชาย โพธิ์สิตา, 2552: 167) เป็นการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการเสริมสร้างจิตสำนึกสาธารณะ ปัญหาความเป็นพลเมือง และผลกระทบเกี่ยวกับปัญหาความเป็นพลเมือง

แหล่งข้อมูล

1. แหล่งข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้จากแหล่งข้อมูลที่เป็นแหล่งค้นคว้า เช่น ห้องสมุดของมหาวิทยาลัยของรัฐ และเอกชน

2. แหล่งข้อมูลภาคสนาม จากการสัมภาษณ์ ตอบแบบสอบถาม และการสังเกต ได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนามในสถานที่ราชการของมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ต่อไปนี้

2.1 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

2.2 คณะครุศาสตร์

2.3 คณะเทคโนโลยีการเกษตร

2.4 คณะวิทยาการจัดการ

2.5 คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้บอกข้อมูลซึ่งใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

1. เป็นนักศึกษาที่กำลังศึกษาอยู่คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ชั้นปีที่ 1– 4 จำนวนคณะ ๆ ละ 9 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง
2. เป็นนักศึกษาที่กำลังเรียนอยู่คณะครุศาสตร์ชั้นปีที่ 1– 5 จำนวนคณะ ๆ ละ 9 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง
3. เป็นนักศึกษาที่กำลังเรียนอยู่คณะวิทยาการจัดการชั้นปีที่ 1– 4 จำนวนคณะ ๆ ละ 9 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง
4. เป็นนักศึกษาที่กำลังเรียนอยู่คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีชั้นปีที่ 1– 4 จำนวนคณะ ๆ ละ 9 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง
5. เป็นนักศึกษาที่กำลังเรียนอยู่คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีชั้นปีที่ 1– 4 จำนวนคณะ ๆ ละ 9 คน เป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

รวมกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ ประกอบด้วย 5 คณะ ๆ ละ 9 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 45 คน และเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ใช้แบบสัมภาษณ์ และแบบบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการเสริมสร้างจิตสำนึกสาธารณะ ปัญหาความเป็นพลเมือง และผลกระทบเกี่ยวกับปัญหาความเป็นพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย
2. โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลนี้ได้ผ่านการตรวจสอบ และให้ข้อเสนอแนะ ในการออกแบบเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่านเรียบร้อยแล้ว
3. เทปบันทึกเสียง
4. กล้องถ่ายรูปดิจิทัล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ สอบถาม และสังเกตเกี่ยวกับการเสริมสร้างจิตสำนึกสาธารณะ ปัญหาความเป็นพลเมือง และผลกระทบเกี่ยวกับปัญหาความเป็นพลเมืองจากกลุ่มตัวเป้าหมายในพื้นที่มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่าปัญหาความเป็นพลเมืองของนักศึกษาในระบอบประชาธิปไตย นักศึกษาจะให้ความสำคัญในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมากที่สุด เพราะว่า ผลประโยชน์ของสังคมเป็นผลประโยชน์ของสาธารณะที่ทุกคนในสังคมเป็นเจ้าของร่วมกัน และไม่มีใครที่สามารถแสดงเป็นกรรมสิทธิ์เพียงคนเดียวได้ แต่ทุกคนต้องช่วยกันปกป้อง รักษาผลประโยชน์ร่วมกันของสาธารณะให้คงอยู่อย่างยั่งยืน และควรให้ภาครัฐดำเนินการทางกฎหมายผู้ที่ทำลายผลประโยชน์สาธารณะโดยเด็ดขาด

วัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการวิจัยพบว่านักศึกษาให้ความสำคัญผลกระทบที่เกิดจากปัญหาความเป็นพลเมืองต่อบุคคลมากที่สุด เพราะว่า ในสังคมที่ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตยทุกคนมีสิทธิเสรีภาพอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งกฎหมายให้การรับรองและคุ้มครองในการแสดงออกในด้านสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคล แต่ต้องอยู่ในขอบเขตของกฎหมาย และถ้าบุคคลใดไปละเมิดสิทธิเสรีภาพของบุคคลอื่นให้ได้รับความเสียหายบุคคลนั้นสามารถไปฟ้องร้องให้ภาครัฐใช้กฎหมายมาลงโทษบุคคลนั้นได้

วัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการวิจัยพบว่านักศึกษาให้ความสำคัญกับแนวทางการเสริมสร้างจิตสำนึกสาธารณะความเป็นพลเมืองในด้านจิตสำนึกเกี่ยวกับคุณธรรมมากที่สุด เพราะว่าความซื่อสัตย์สุจริตและความรับผิดชอบต่อตนเองเป็นเรื่องที่สำคัญต่อบุคคลในการปฏิบัติงาน การดำเนินชีวิตประจำวันที่จะก่อให้เกิดคุณธรรม และจะเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับบุคคลอื่นนำไปปฏิบัติที่จะช่วยให้สังคมส่วนรวมมีความเจริญก้าวหน้ารวมทั้งการพัฒนาประเทศสามารถนำไปสู่เป้าหมายให้สำเร็จได้

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่าปัญหาความเป็นพลเมืองของนักศึกษาในระบอบประชาธิปไตย นักศึกษาจะให้ความสำคัญในด้านความรับผิดชอบต่อสังคมมากที่สุด เพราะว่า ผลประโยชน์ของสังคมเป็นผลประโยชน์ของสาธารณะที่ทุกคนในสังคมเป็นเจ้าของร่วมกัน และไม่มีใครที่สามารถแสดงเป็นกรรมสิทธิ์เพียงคนเดียวได้ แต่ทุกคนต้องช่วยกันปกป้อง รักษาผลประโยชน์ร่วมกันของสาธารณะให้คงอยู่อย่างยั่งยืน และควรให้ภาครัฐดำเนินการทางกฎหมายผู้ที่ทำลายผลประโยชน์สาธารณะโดยเด็ดขาด

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่านักศึกษาให้ความสำคัญผลกระทบที่เกิดจากปัญหาความเป็นพลเมืองต่อบุคคลมากที่สุด เพราะว่าในสังคมที่ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตยทุกคนมีสิทธิเสรีภาพอย่างเท่าเทียมกัน ซึ่งกฎหมายให้การรับรองและคุ้มครองในการแสดงออกในด้านสิทธิเสรีภาพส่วนบุคคล แต่ต้องอยู่ในขอบเขตของกฎหมาย และถ้าบุคคลใดไปละเมิดสิทธิเสรีภาพของบุคคลอื่นให้ได้รับความเสียหายบุคคลนั้นสามารถไปฟ้องร้องให้ภาครัฐใช้กฎหมายมาลงโทษบุคคลนั้นได้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 นักศึกษาให้ความสำคัญแนวทางการเสริมสร้างจิตสำนึกสาธารณะความเป็นพลเมืองในด้านจิตสำนึกเกี่ยวกับคุณธรรมมากที่สุด เพราะว่าความซื่อสัตย์สุจริตและความรับผิดชอบต่อตนเองเป็นเรื่องที่สำคัญต่อบุคคลในการปฏิบัติงาน การดำเนินชีวิตประจำวันที่จะก่อให้เกิดคุณธรรม และจะเป็นแบบอย่างที่ดีให้กับบุคคลอื่นนำไปปฏิบัติที่จะช่วยให้สังคมส่วนรวมมีความเจริญก้าวหน้ารวมทั้งการพัฒนาประเทศสามารถนำไปสู่เป้าหมายให้สำเร็จได้

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิจัยเอกสาร และการสัมภาษณ์เชิงลึกจะนำข้อมูลมาจัดหมวดหมู่ โดยทำการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ ตามข้อเท็จจริงในทิศทางเดียวกันในความคิดเห็นที่เหมือนกัน และแตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะในทางปฏิบัติ

1. ประชาชนทุกคนควรให้ความสำคัญในเรื่องผลประโยชน์ของส่วนรวมมากกว่าในเรื่องผลประโยชน์ส่วนตัว
2. ในการใช้สิทธิเสรีภาพในการดำเนินชีวิตประจำวัน และการปฏิบัติงานไม่ควรไปละเมิดสิทธิเสรีภาพของบุคคลอื่น
3. การปฏิบัติงาน และการใช้ชีวิตประจำวันของประชาชนควรยึดหลักคุณธรรม จริยธรรมในการดำรงชีวิต

ข้อเสนอแนะในทางนโยบาย

1. หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมให้ประชาชนให้ความสำคัญในเรื่องคุณค่า การปกป้อง รักษาผลประโยชน์ส่วนรวม
2. หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมความรู้ให้การศึกษาในการใช้สิทธิเสรีภาพของประชาชนให้อยู่ในขอบเขตของกฎหมาย
3. หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมให้ประชาชนได้เห็นคุณค่าในการดำเนินชีวิตในสังคมโดยยึดหลักคุณธรรมและจริยธรรม

เอกสารอ้างอิง

- กนิษฐา นิตน์พัฒนา และคณะ. (2551). จิตสำนึกทางสังคมของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2556). นวัตกรรมการเรียนรู้ในสังคมที่หลากหลาย. กรุงเทพฯ: นักวิชาการอาวุโสมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด และประธานสถาบันอนาคตศึกษาเพื่อพัฒนา.
- กุลทิพย์ ศาสตรระจุ. (2551). ความขัดแย้งและการวิวาทในสื่อสังคมของวัยรุ่น. กรุงเทพฯ: คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2552). การวิจัยเชิงคุณภาพ หลักการและแนวคิด. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.

- ชาย โพธิ์สิตา และคณะ (2554). *รายงานการวิจัยเรื่อง จิตสำนึกสาธารณะสมบัติ: กรณีศึกษา กรุงเทพมหานคร. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.*
- ชัยสิทธิ์ เกลิมมีประเสริฐ และคณะ. (2552). *การศึกษาสภาพปัญหาและปัจจัยที่ส่งผลต่อจิตสำนึกและพฤติกรรมการรักษาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นทรัพย์สินส่วนรวม (รายงานการวิจัย). คณะรัฐศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- ชัยวัฒน์ ธีระพันธุ์ (2553). *ทฤษฎีไร้ระเบียบกับทางแพร่งของสังคมไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์อุদ্ปัญญา.*
- ชนพรธณ ธาณี. (2549). *การศึกษาชุมชน. ขอนแก่น: คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.*
- ปริญญา เทวานฤมิตรกุล. (2554). *จิตสำนึกประชาธิปไตย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- ไพฑูรย์ สีนลารัตน์ (2554). *จิตสำนึกในการสร้างงาน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.*
- มานิต มานิตเจริญ. (2552). *จิตสำนึกทางสังคมระดับบัณฑิตศึกษา. กรุงเทพฯ: เอกศิลป์การพิมพ์.*
- รุ่งรัตน์ เฟื่องสว. (2550). *ปัญหาองค์กร. กรุงเทพฯ: มติชน.*
- วิรัตน์ คาศรีจันทร์. (2554). *จิตสำนึกพลเมืองในบริบทประชาสังคมไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.*
- ศักดิ์ชัย นิรัญทวี. (2554). *คุณลักษณะพลเมืองดี. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์.*
- ศรีประภา เพชรมีศรี. (2554). *จิตสำนึกแห่งวิญญูชน. กรุงเทพฯ: โครงการจัดตั้งสถาบันสิทธิมนุษยชนและสันติศึกษา มหาวิทยาลัยมหิดล.*
- ศูนย์เครือข่ายองค์ความรู้สาธารณะด้านการจัดการทุนมนุษย์. (2558). *โครงการปลูกจิตสำนึกรักบ้านเกิดให้นักเรียนทุนรัฐบาล 2558. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน.*
- สยามรัฐ เรืองนาม. (2552). *จิตสำนึกทางสังคมของนักศึกษาในระดับ บัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.*
- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2555). *รูปแบบการพัฒนาจิตสาธารณะของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนประถมศึกษาในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักงานวิจัยแห่งชาติ.*
- สุตจิต นิมิตรกุล. (2558). *กระทรวงมหาดไทยกับการบริหารจัดการที่ดีในการปกครองที่ดี (Good Governance). กรุงเทพฯ: บพิธการพิมพ์.*
- อริสา สุขสม. (2555). *การพัฒนาจิตสำนึกสาธารณะเพื่อชุมชน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.*
- Banks, C. A. M. (2004). *Improving multicultural education: Lessons from the intergroup education movement.* New York: Teachers College Press.
- Hahn, L. (1999). *Citizenship education: An empirical study of policy, practices and outcome.* *Oxford Review of Education*, 25, 231–250.
- Hua, C. W. & Wan, K. E., (2011). *Civic Mindedness: Components Correlates and Implications for of Public Service*, Online Available: <http://www.cscollege.gov.sg/Knowledge>.

Smart, D., S. Volet, et al. (2000). *Fostering Social Cohesion in Universities: Bridging the Cultural Divide*.

Canberra, Department of Education Training and Youth Affairs.

Thomson D.M. (1972). Context effects in recognition memory *Journal of verbal Behavior*, 11, 324–332.

Turner, C. S. V. (2000). New faces, new knowledge: As women and minorities join the faculty, they Bring intellectual diversity in pedagogy and in scholarship. *Academe*, 86(5), 34–37.

ศักยภาพในการจัดการเชิงกลยุทธ์ของเทศบาลนครยะลาตามแนวทาง
“การบริหารจัดการท้องถิ่นที่ดี” บนพื้นฐานหลักธรรมาภิบาล

Strategic management potential of Yala City municipality according to the
guidelines "Good Local Management" based on Good Governance

วัฒนา นนทชิต¹, อำนวย บุญรัตน์ไมตรี², เนตรชนก สุนาสวน³,
กัณณศศิชา เนาว์เย็นผล⁴ และชนิษฐา แก้วกุล⁵

Wattana Nontachit¹, Amnuay Boonratmaitree², Nedchanok Sunasuan³,
Kunsasicha Nowyenphol⁴ and Khanitha Kaewkul⁵

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี^{1,5}

Faculty of Liberal Arts and Management Sciences, Prince of Songkla University, Surat thani Campus, Thailand^{1,5}

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์²

College of Innovation Management Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Thailand²

นักวิชาการอิสระ^{3,4}

Independent Scholars^{3,4}

E-mail: ¹tom.rcim@gmail.com; ²am091107@hotmail.com; ³ne.ned.rcim3@gmail.com

Retrieved August 26, 2022; Revised October 6, 2022; Accepted November 2, 2022

DOI: 10.14456/jappm.2022.21

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายเกี่ยวกับการบริหารจัดการของหน่วยงานที่ดี ได้แก่

- 1) ศึกษาแนวความคิดการบริหารจัดการท้องถิ่นที่ดี โดยมุ่งวิเคราะห์แนวคิดตามหลักธรรมาภิบาล
- 2) ศึกษาศักยภาพการบูรณาการความสัมพันธ์ของแนวความคิดการบริหารจัดการท้องถิ่นที่ดีกับการบริหารงานเชิงกลยุทธ์ของเทศบาลนครยะลา การบริหารจัดการท้องถิ่นที่ดีตามแนวคิดหลักธรรมาภิบาลนั้น มีหลักการที่สำคัญเพื่อที่จะปรับปรุงการบริหารราชการของไทยให้ทันสมัย โดยการอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วนเพื่อเหตุผลสำคัญในการตอบสนองความต้องการของประชาชนให้ได้มากขึ้น สำหรับประเทศไทยนั้นมีกฎและข้อบังคับ ที่นำมาเป็นข้อปฏิบัติใช้กันจนถึงปัจจุบันตามพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546

ผลจากการศึกษาวิเคราะห์หน่วยงานเทศบาลนครยะลา พบว่า เทศบาลนครยะลาเป็นหน่วยงานที่ให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ มีการใช้กลยุทธ์ต่าง ๆ ในการจัดการ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ 3R (Restructure Repositioning Reimage) มุ่งสู่เป้าหมาย 6C (Cleanliness Collaboration

Connectivity Culture Competitive Comfort) ซึ่งทำให้หน่วยงานมีผลการปฏิบัติงานที่โดดเด่น เป็นที่ยอมรับและพึงพอใจของประชาชน การปฏิบัติงานที่เป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล เทศบาลนครยะลาจึงผ่านการประเมินประสิทธิภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Local Performance Assessment : LPA) และได้รับรางวัลการันตีคุณภาพมากมาย

คำสำคัญ: การบริหารจัดการท้องถิ่นที่ดี; หลักธรรมาภิบาล; เทศบาลนครยะลา

Abstract

This academic article is aiming to explain about good organizational management, including: 1) study the concepts of good local management; by focusing on the analysis of concepts based on good governance. 2) To study the potential of integration of the relationship between good local management concepts and strategic management of Yala City Municipality.

Good local management according to the concept of good governance. There are important principles in order to modernize Thai government administration. It is achieved through cooperation from many sectors in order to be more important in responding to the needs of the people. In Thailand, there are rules and regulations to enforce until now, according to the Royal Decree on Principles and Procedures for Good Public Administration, B.E. 2546.

The results of the analysis of the Yala City Municipality found that: Yala City Municipality is an organization that focuses on importance on efficient management. There are various management strategies such as, 3Rs Strategy (Restructure Repositioning Reimage) to achieve the 6C (Cleanliness Collaboration Connectivity Culture Competitive Comfort) strategy, which allows an organization to have outstanding performance, is accepted and satisfied by the people. Operations in accordance with good governance, therefore Yala City Municipality has passed the Local Performance Assessment (LPA) and has received many quality awards.

Keywords: Good local management; Good Governance; Yala City

บทนำ

เมื่อ “เมือง” กลายเป็นโจทย์ของการบริหารจัดการท้องถิ่นสมัยใหม่ หากภาครัฐยังบริหารงานแบบเดิมในสถานการณ์ใหม่เช่นทุกวันนี้ ก็อาจจะไม่ได้ทำอะไรในสิ่งที่ประชาชนต้องการ เพื่อเป็นการรองรับการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ เทศบาลนครยะลาจึงมีนโยบาย “ฟื้นฟูเมือง” โดยใช้ยุทธศาสตร์ 3R (Restructure Repositioning Reimage) มุ่งสู่เป้าหมาย 6C (Cleanliness Collaboration Connectivity Culture

Competitive Comfort) เพื่อเตรียมตัวตั้งรับและปรับกลยุทธ์ให้เจอ “จุดสมดุล” ของเมือง เพื่อพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส โดยในห้วงปีที่ผ่านมาได้บริหารเสน่ห์เมืองยะลา โดยดึงสิ่งดี ๆ ของเมืองยะลา หรือทุนท้องถิ่น (Local Capital) มาขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (Innovation) สู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) เพื่อฟื้นฟูทั้งคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจให้ดีขึ้น ภายใต้การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ควบคู่ไปกับการบริหารจัดการสภาพแวดล้อมเมืองให้ดีขึ้น เพราะเชื่อว่าคุณภาพชีวิตที่ดีจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อเราได้ใช้ชีวิตอยู่ท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่ดี (เทศบาลนครยะลา, 2561)

ศักยภาพในการขับเคลื่อนที่ไม่ธรรมดาของเทศบาลนครยะลาจึงเป็นจุดที่น่าสนใจ เนื่องจากได้พาให้เทศบาลนครยะลาได้รับรางวัลการันตีความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง ผู้เขียนจึงมีความสนใจที่จะแสดงให้เห็นมุมมอง แนวคิด ทฤษฎี และการบูรณาการอย่างเป็นรูปธรรมของเทศบาลนครยะลา โดยนำเสนอประเด็นสำคัญของบทความเป็นสองส่วน ส่วนที่หนึ่งแนวความคิดการบริหารจัดการท้องถิ่นที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล ส่วนที่สองการบูรณาการความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดกับศักยภาพการบริหารจัดการของเทศบาลนครยะลา

ส่วนที่หนึ่ง: แนวคิดการบริหารจัดการท้องถิ่นที่ดีตามหลักธรรมาภิบาล

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการท้องถิ่นที่ดี (Local Governance)

การปกครองท้องถิ่นในแนวคิดเก่า ในช่วงกลางคริสต์ศตวรรษที่ 18 เมื่อเกิดปัญหาเกี่ยวกับการปกครองและการบริหารประเทศโดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกาที่ต้องเผชิญกับระบบอุปถัมภ์ในสังคมอเมริกา และก่อให้เกิดปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน โดยเฉพาะในหน่วยงานภาครัฐจึงทำให้เกิดกระแสการเคลื่อนไหวเพื่อปฏิรูประบบอุปถัมภ์ขึ้น ต่อมาในปี ค.ศ. 1887 แนวคิดในการแยกการเมืองกับการบริหารออกจากกัน จึงถูกเสนอโดย วูดโร วิลสัน และได้สนับสนุนทางความคิดจากนักวิชาการร่วมสมัย เช่น แฟรงค์ เจ กูดนาฟ วิลเลียม เอฟ วิลลัฟปี และ เลียนาร์โด ดี ไวท์ เป็นต้น ประกอบกับยุโรปก็ได้มีการเสนอทฤษฎีระบบราชการ โดย แมกซ์ เวเบอร์ ซึ่งได้รับการยอมรับอย่างมากในเวลาต่อมา (Shah, 2006) โดยเฉพาะแนวคิดระบบราชการมาปรับใช้ในองค์กรให้มีระเบียบแบบแผนมากขึ้น จึงมีอิทธิพลอย่างมากต่อระบบการปกครองในหลายๆ ประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่มีรูปแบบการปกครองในระบอบประชาธิปไตย อาจกล่าวได้ว่าการปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับอิทธิพลจากแนวคิดระบบราชการ เนื่องจากการปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นส่วนหนึ่งของระบบการปกครองประเทศ หรือเป็นผลผลิตของการบริหารและการปกครองของรัฐบาลในแต่ละประเทศ จากอิทธิพลของแนวความคิดการปกครองท้องถิ่นที่ได้รับจากการปกครองส่วนกลางนั้น จะเห็นได้ว่าลักษณะการปกครองท้องถิ่นในแนวคิดเก่าเป็นการจัดตั้งโดยรัฐที่ยึดโยงระหว่างท้องถิ่นกับรัฐบาลกลาง ทำให้ไม่มีความยืดหยุ่น ให้ความสำคัญของพื้นที่ตามเขตการบริหาร มีโครงสร้างทางการบริหารที่ซับซ้อนและการรวมศูนย์อำนาจทุกอย่างไว้ที่หน่วยงานรัฐคือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Imrie and Raco, 1999)

การปกครองท้องถิ่นในแนวคิดใหม่ จากปัญหาที่รูปแบบการปกครองท้องถิ่นในแนวคิดเก่าไม่อาจตอบสนองหรือแก้ปัญหาที่มีความซับซ้อนและมีความเป็นพลวัตสูงได้ดังกล่าวแล้ว จึงได้มีการแสวงหาแนวคิดใหม่ที่มีความเหมาะสมมากกว่า ในส่วนของการปกครองท้องถิ่นปรากฏมีแนวโน้มของแนวคิดใหม่ที่น่าสนใจกับการปกครองส่วนท้องถิ่นอยู่ 2 กระแสที่สำคัญ คือ การจัดการสาธารณะแนวใหม่ (New Public Management: NPM) และการจัดการปกครองที่ดี (governance) (Peter, 2002; Heveri, 2006) ซึ่งในบทความนี้จะขอยกกล่าวถึงเฉพาะแนวคิดการจัดการปกครองที่ดี (governance)

การจัดการปกครองที่ดี (Governance)

การจัดการปกครองที่ดี ถือเป็นแนวคิดหนึ่งที่สำคัญต่อแนวคิดใหม่ของการปกครองท้องถิ่น คำว่าการปกครอง (Government) กับการจัดการปกครอง (Governance) อาจมีลักษณะคล้ายกัน ดังนั้น เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดของการจัดการปกครองให้มีความชัดเจนขึ้น จึงได้นำแนวคิดเดิมคือการปกครอง (Government) มาเปรียบเทียบกับให้เห็นถึงความแตกต่าง รวมถึงอธิบายความหมายให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น (Thomas G Weiss, 2000)

International dictionary of public management and governance ได้ให้ความหมายของ “การปกครอง” (Government) ว่าเป็นกระบวนการบริหารงานของรัฐ และเกี่ยวข้องกับฝ่ายนิติบัญญัติและฝ่ายตุลาการ ในขณะที่คำว่า “การจัดการปกครองที่ดี” (Governance) นั้นแรกคือ ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐบาลกับประชาชน เป็นการเปิดโอกาสให้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการนโยบาย ทั้งการกำหนดนโยบาย การนำนโยบายไปปฏิบัติ รวมถึงการประเมินผลนโยบาย นัยที่สอง มองว่าการจัดการปกครองที่ดีเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องในด้านกฎหมาย หน่วยงานและเครือข่ายที่จะเป็นปัจจัยในการช่วยให้รัฐบาลสามารถปฏิบัติงานได้ (Bhatta, 2006)

ซึ่งสำหรับประเทศไทยได้นำแนวคิดการจัดการปกครองที่ดี (Governance) มาใช้ภายใต้คำว่า “การบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี” เป็นแนวคิดที่เกิดขึ้นในสังคมไทยช่วงวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งเชื่อว่าสาเหตุสำคัญมาจากความบกพร่อง อ่อนแอ หย่อนประสิทธิภาพ ของกลไกด้านการบริหารจัดการทั้งภาครัฐและเอกชน จึงต้องการวางรากฐานในการบริหารราชการแนวใหม่ไปพร้อมกับการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการของภาคเอกชน และยังมีกล่าวถึงคำว่า Good Governance ในความหมายแบบเดียวกันด้วย

ทั้งนี้ ได้มีการนิยาม คำว่า Good Governance กันไปหลากหลาย ได้แก่ การบริหาร การปกครองที่ดี ธรรมาภิบาล ธรรมรัฐแห่งชาติ สุประศาสนการ ฯลฯ ดังนั้น เพื่อให้ทางราชการ ได้ใช้คำว่า Good Governance ไปในแนวทางเดียวกัน ราชบัณฑิตยสถานได้กำหนดให้แปลว่า “การปกครองที่ดี” ซึ่งสรุปความหมายในทางรัฐศาสตร์ หมายถึง การบริหารงานโดยประชารัฐที่มีการส่งเสริมให้มีการเชื่อมโยงเป็นพหุภาคี และประสานการสนับสนุนซึ่งกันและกัน ระหว่างองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน ในการจัดสรรและบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนอง ความต้องการและปัญหาของประชาชน ด้วยการมีส่วนร่วม

ร่วมของประชาชน และความรับผิดชอบของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ที่มีต่อประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล โปร่งใส เสมอภาค และเป็นธรรม

ต่อมามีการใช้คำว่า “การบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี” เนื่องจากคณะรัฐมนตรีได้มีมติเห็นชอบเมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2542 กับวาระแห่งชาติสำหรับการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี และได้กำหนดให้มีระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี พ.ศ. 2542 ขึ้น มีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 11 สิงหาคม 2542 ทุกส่วนราชการต้องถือปฏิบัติ และต้องมีการรายงานผลการปฏิบัติตามระเบียบในรอบปี ซึ่งได้มีการออกประกาศระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ลงวันที่ 9 สิงหาคม พ.ศ. 2547 เพื่อยกเลิกระเบียบฯ ฉบับนี้ไป

หลักการพื้นฐานของการบริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดี 6 ประการ คือ (กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น, 2556)

(1) หลักนิติธรรม : การตรากฎหมาย กฎ ข้อบังคับต่าง ๆ ให้ทันสมัยและเป็นธรรม เป็นที่ยอมรับของสังคมและสังคมยินยอมพร้อมใจปฏิบัติตามกฎหมาย กฎ ข้อบังคับเหล่านี้ โดยถือว่าเป็นการปกครองภายใต้กฎหมายมิใช่ตามอำเภอใจหรืออำนาจของตัวบุคคล

(2) หลักคุณธรรม : การยึดมั่นในความถูกต้อง ดีงาม โดยรณรงค์ให้เจ้าหน้าที่ของรัฐ ยึดหลักคุณธรรมในการปฏิบัติหน้าที่เพื่อเป็นแบบอย่างให้กับสังคม และส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนได้รับการพัฒนาตนเอง ให้มีความซื่อสัตย์ จริงใจ ขยัน อดทน มีระเบียบวินัย ประกอบอาชีพสุจริต ก่อให้เกิดเป็นนิสัยของคนในชาติ

(3) หลักความโปร่งใส : การสร้างความไว้วางใจซึ่งกันและกันของคนในชาติ ด้วยการปรับปรุงกลไกการทำงานขององค์กรให้มีความโปร่งใส เปิดเผยข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์อย่างตรงไปตรงมาด้วยถ้อยคำที่เข้าใจง่าย ประชาชนเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้สะดวก รวดเร็ว รวมถึงให้ประชาชนสามารถตรวจสอบความข้อมูลได้

(4) หลักความมีส่วนร่วม : การเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการรับรู้ การเสนอความคิดเห็น และการตัดสินใจที่เกี่ยวกับปัญหาสำคัญระดับประเทศได้ ด้วยการแจ้งความเห็น การไต่สวนสาธารณะ หรือการแสดงประชามติ เป็นต้น

(5) หลักความรับผิดชอบ : การตระหนักในสิทธิหน้าที่ ความสำนึกในความรับผิดชอบต่อสังคม การใส่ใจปัญหาสาธารณะของบ้านเมืองและกระตือรือร้นในการแก้ปัญหา ตลอดจนการเคารพในความเห็นที่แตกต่างและความกล้าที่จะยอมรับผลจากการกระทำของตน

(6) หลักความคุ้มค่า : การบริหารจัดการและใช้ทรัพยากรที่มีจำกัดเพื่อให้เป็นประโยชน์สูงสุดแก่ส่วนรวม โดยรณรงค์ให้คนไทยมีความประหยัดใช้ของอย่างคุ้มค่า สร้างสรรค์สินค้า และบริการที่มีคุณภาพสามารถแข่งขันได้ในเวทีโลก และรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้สมบูรณ์ยั่งยืน

ในระบอบหลังภาครัฐและในระบบราชการใช้คำว่า “การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี” เนื่องจากมีการออกพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ซึ่งกำหนดว่า “ในการปฏิบัติหน้าที่ของส่วนราชการต้องใช้วิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี” และมีพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์

และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 เพื่อขยายความวิธีการปฏิบัติการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี และบังคับใช้จนถึงปัจจุบัน

ทั้งนี้ พระราชกฤษฎีกาดังกล่าวยังได้กำหนดในมาตรา 52 ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จัดทำหลักเกณฑ์การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีตามแนวพระราชกฤษฎีกาดังกล่าว โดยอย่างน้อยต้องมีหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการลดขั้นตอนการปฏิบัติงานและการอำนวยความสะดวกและการตอบสนองความต้องการของประชาชนที่สอดคล้องกับบทบัญญัติในหมวด 5 และหมวด 7 และให้เป็นหน้าที่ของกระทรวงมหาดไทยดูแลและให้ความช่วยเหลือองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดทำหลักเกณฑ์การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในฐานะเป็นองค์กรที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด และเป็นหน่วยดำเนินการซึ่งทำหน้าที่แทนรัฐในการจัดบริการสาธารณะ การบริหารจัดการภารกิจต่าง ๆ ในพื้นที่รับผิดชอบแก่ประชาชน เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขแก่ประชาชนเป็นประการสำคัญ กระทรวงมหาดไทยจึงได้จัดทำหลักเกณฑ์การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้นำไปใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในการบริหารจัดการภารกิจในความรับผิดชอบต่อไป

เป้าหมายของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

- (1) มุ่งให้เกิดประโยชน์สุขแก่ประชาชน
- (2) มุ่งให้เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
- (3) มีประสิทธิภาพและเกิดความคุ้มค่าในเชิงภารกิจ
- (4) ลดขั้นตอนและระยะเวลาการปฏิบัติงานที่เกินความจำเป็น
- (5) ปรับปรุงภารกิจให้ทันต่อสถานการณ์
- (6) ประชาชนได้รับการอำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการ
- (7) มีการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ

ผู้เขียนสรุปได้ว่า การบริหารจัดการท้องถิ่นที่ดี คือ การบริหาร การปกครอง การจัดสรรและบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความต้องการและปัญหาของประชาชน ด้วยการมีส่วนร่วมของประชาชน ในความรับผิดชอบของหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ที่มีต่อประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล โปร่งใส เสมอภาค ตรวจสอบได้และเป็นธรรม หากท้องถิ่นมีความมั่นคงเข้มแข็งและมีเสถียรภาพ ประชาชนย่อมมีความเชื่อมั่นต่อการบริหาร อีกทั้งส่งเสริมให้มีการเชื่อมโยงและประสานการสนับสนุนซึ่งกันและกัน ระหว่างองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน และมีความรับผิดชอบต่อประชาชนก่อให้เกิดประโยชน์สุขแก่ประชาชน

ส่วนที่สอง : การบูรณาการความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดกับศักยภาพการบริหารจัดการของเทศบาลนครยะลา

จากการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของหน่วยงานเทศบาลนครยะลา (เทศบาลนครยะลา, 2561) ผู้เขียนพบว่า

การเชื่อมโยงหลักธรรมาภิบาลในการบริหารเทศบาลนครยะลา

หลักนิติธรรม การตราเทศบัญญัติเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน อาทิ การจัดการมูลฝอย ติดเชื้อ การควบคุมการประกอบกิจการตื้น้ำดื่มหยอดเหรียญ คู่มือสำหรับประชาชนตามพระราชบัญญัติการอำนวยความสะดวกในการพิจารณาอนุญาตของทางราชการ พ.ศ. 2558

หลักคุณธรรม การสร้างเครือข่าย “เทศบาลนครยะลา โปร่งใส ร่วมใจด้านทุจริต” อบรมด้านคุณธรรมจริยธรรม มอบรางวัลพนักงานดีเด่น

ความโปร่งใส การเปิดเผยข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่าง ๆ สร้างช่องทางการร้องเรียนที่เข้าถึงทุกกลุ่มคน การมีส่วนร่วมเปิดเวทีสาธารณะ

การมีส่วนร่วม ในทุกระดับและทุกมิติ ทั้งมิติชุมชน มิติหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และประชาชน

ความรับผิดชอบ การจัดบริการสาธารณะที่เข้าถึง ทุกกลุ่มคนเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ อาทิ ศูนย์บริการร่วม ศูนย์บริการสาธารณสุข และ TK Park 4 มุมเมือง

ความคุ้มค่า การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ออกมาตรการประหยัดพลังงาน โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม, paper less เป็นต้น

การจัดการเชิงกลยุทธ์ของเทศบาลนครยะลา

เพื่อเป็นการรองรับการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ เทศบาลนครยะลาได้ใช้นโยบาย “ฟื้นฟูเมือง” โดยใช้ยุทธศาสตร์ 3R มุ่งสู่เป้าหมาย 6C เพื่อเตรียมตัวตั้งรับและปรับกลยุทธ์ ให้เจอ “จุดสมดุล” ของเมือง เพื่อพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส โดยมีรายละเอียดการศึกษา ดังนี้

ยุทธศาสตร์การพัฒนา 3R

Restructure ปรับโครงสร้างเมืองด้านเศรษฐกิจ การศึกษา และ logistic โดยใช้ทุนเดิมที่มีอยู่คือ ทุนความสะอาด ทุนความเป็นระเบียบเรียบร้อยของเมือง (ผังเมืองอันดับ 23 ของโลก) ทุนสิ่งแวดล้อม ทุนด้านการศึกษา (การเป็นศูนย์กลางทางการศึกษาของภาคใต้) และทุนทางวัฒนธรรม (ความหลากหลายทาง วัฒนธรรม)

Repositioning วางตำแหน่งเมืองให้เป็นเมืองแห่งความสมานฉันท์ (Harmonized City) ที่ประชาชนสามารถอยู่ร่วมกันภายใต้ความหลากหลายทางวัฒนธรรม สร้างเมืองยะลาให้น่าอยู่ด้วยการสร้างแบรนด์ให้เมืองยะลาเป็นเอกลักษณ์ที่เป็นตัวตนไม่เหมือนใคร โดยบูรณาการเรื่องราวต่าง ๆ เพื่อสร้างจุดแข็ง ทั้งประวัติศาสตร์ความเป็นมา เมืองที่สะอาด เป็นระเบียบ เป็นมิตรและอยู่ร่วมกับสิ่งแวดล้อม ความหลากหลายทางวัฒนธรรม และสร้างเมืองยะลาให้เป็นศูนย์กลางวัฒนธรรมมลายู (HUB) ผ่านการสร้างเรื่องราว (Story) ที่เป็นตัวตนที่งดงามของเมืองชายแดนใต้

Reimage การปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของเมือง ยะลาในมุมมองและทัศนคติแง่ลบของคนภายนอกพื้นที่ให้ดีขึ้นโดยการสร้างความเชื่อมั่นว่าเมืองยะลา มีความปลอดภัยประชาชนดำเนินชีวิตประจำวันอย่างปกติสุข และเป็นเมืองที่น่าอยู่ด้วย 3 กระบวนการ ดังนี้

- Re-thinking ปรับเปลี่ยนความคิด/ทัศนคติแง่ลบ ที่มีต่อเมืองยะลา สร้างให้คนภายนอกพื้นที่คิดใหม่ เช่น การจัดกิจกรรมปั่นจักรยานตอนกลางคืน, Nation Bike ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเมืองมีความปลอดภัย ไม่ได้น่าหวาดกลัวอย่างที่มีการนำเสนอข่าวสารออกไปทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค

- Re-freshment ปรับเปลี่ยนเมืองให้มีสีสันมีชีวิตชีวาน่าอยู่ เช่น การติดตั้งไฟประดับเมือง การทาสีอาคาร เป็นสีรุ้ง ถนนสายศิลปะ (Art Street) และศิลปะบนกำแพง เป็นต้น

- Re-event จัดกิจกรรมระดับประเทศหรือนานาชาติ ในพื้นที่ เช่น การชกมวยไทยไฟต์ การจัดแข่งขันกีฬาเยาวชนแห่งชาติ มหกรรมแข่งขันนกเขาชวาเสียงอาเซียน การแข่งขันเทเบิลเทนนิสชิงแชมป์ประเทศไทย เป็นต้น เพราะไม่เพียงแต่จะเป็นการดึงดูด ประชาชนภายนอกพื้นที่เข้ามาในเมืองยะลาแล้ว ยังเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจไปในตัวเพราะการที่ประชาชนภายนอกพื้นที่เข้ามาจำนวนมากก็จะเกิดการใช้จ่ายเงินการหมุนเวียนของเงินในระบบที่ดีขึ้น

เป้าหมายการพัฒนา 6C ได้แก่

1) Cleanliness: ความสะอาด

Fresh Air & Temperature moderation เป็นการดูแลรักษาอากาศที่บริสุทธิ์ และอุณหภูมิที่มีความเหมาะสม โดยตั้งเป้าหมายในการลดอุณหภูมิในเขตเทศบาลนครยะลาให้ต่ำกว่า อุณหภูมิเฉลี่ยของภาคใต้ เช่น การปลูกต้นไม้เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียว ส่งเสริมการใช้รถจักรยานในชีวิตประจำวัน เป็นต้น Water พัฒนาและบำรุงรักษาแหล่งน้ำ เช่น บึงแบะมาะ แม่น้ำปัตตานี พร้อมกับวางระบบการจัดการน้ำเสียในเขตเทศบาลอย่างครบวงจร รวมถึงการรณรงค์ประหยัดการใช้น้ำ Tidy ความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของเมือง โดยจัดระเบียบทางเท้าและการรुकล้าที่สาธารณะ นำร่องสายไฟฟ้าและสายโทรศัพท์ลงดินบริเวณถนนลิโวรส พร้อมปรับปรุงพื้นที่ตลาดบริเวณสถานีรถไฟยะลา สร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการขยะอย่างเป็นระบบ

2) Collaboration: การทำงานร่วมกัน

Participation: Decision Making ตัดสินใจกำหนดนโยบายการบริหารงาน โดยนำปัญหาความต้องการ ข้อเสนอแนะการพัฒนาท้องถิ่นจากประชาชนและหน่วยงานต่าง ๆ ในพื้นที่ผ่านเวทีสาธารณะต่าง ๆ อาทิ สภาประชาชนนครยะลา สภากาแฟ เทศบาล สัญจร ประชุมคณะกรรมการชุมชนประจำเดือน ประชุมกลุ่มสตรี กลุ่มอาชีพและศูนย์ประสานงาน สวัสดิการประชาชน เป็นต้น Implementation สร้างเครือข่ายภาครัฐเอกชน และประชาสังคมร่วมดำเนินงานในลักษณะ Partnership และสร้างกลุ่ม Cluster ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการร่วมกันพัฒนาเชิงพื้นที่ (Area Base) Benefits ผลผลิตและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานประชาชนจะเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์และ ตอบสนองต่อความต้องการอย่าง

แท้จริง Evaluation ให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน ร่วมกันควบคุม ตรวจสอบผลการดำเนินงาน ตลอดจนเข้าไปแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

Social Inclusion สร้างสังคมการอยู่ร่วมกันภายใต้ความหลากหลายทางเชื้อชาติ ศาสนาและวัฒนธรรมเป็นกิจกรรมเพื่อให้ประชาชนที่เคยมีปฏิสัมพันธ์กันทำกิจกรรมด้วยกันให้มีความเข้าใจอันดีกลับคืนมาโดยมีแนวคิดที่ว่า “หากเด็กและเยาวชนที่ นับถือศาสนาแตกต่างกันได้มาอยู่ร่วมกันเรียนรู้ร่วมกัน จะทำให้เกิดความเป็นเพื่อนกัน ลดความหวาดระแวงต่อกันได้และพยายามปลูกฝังให้เด็กและเยาวชนมีความสำนึกรักท้องถิ่นของตนเอง” นอกจากนั้นกิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดปฏิสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ปกครองสร้างความเข้าใจซึ่งกันและกันมากยิ่งขึ้น

Citizen Co-Creation ให้พลเมือง/ประชาชนร่วมกันคิดและออกแบบในการสร้างเมืองยะลา เช่น ร่วมกันสร้างอุทยานต้นแบบเฉลิมพระเกียรติสร้างความสมานฉันท์บริเวณ พื้นที่ 94 ไร่ และศูนย์การค้าชุมชน บริเวณถนนวิภาวดี

Citizen Engagement สร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างเทศบาล ชุมชนและประชาชน ผ่านการดำเนินกิจกรรม เพื่อสร้างความรัก ความผูกพันให้ประชาชน รู้สึกรักและหวงแหนท้องถิ่น

3) Connectivity: การเชื่อมต่อ

Mobility ผลักดันการสร้างเส้นทางยะลา-เบตง เชื่อมไปยังสนามบินเบตงในอนาคต การสร้างทางรถไฟรางคู่ ยะลา-สุโขทัย เพื่อดึงโอกาสและจุดเด่นของเมืองยะลาที่เคยเป็นศูนย์กลางทางการค้ากลับคืนมาเหมือนดังเช่นในอดีต ในขณะเดียวกันก็สามารถช่วยลดระยะเวลาการเดินทางให้น้อยลงเพิ่มความสะดวกรวดเร็วในการเดินสัญจร IT & Wireless Technology นำเทคโนโลยีมาใช้ในการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ การดำเนินงานต่าง ๆ ของเทศบาลนครยะลา ประกอบกับการนำ Smart City มาประยุกต์ใช้ในการจัดบริการสาธารณะให้ครอบคลุมเพื่อสร้างความปลอดภัย ด้วย Smart CCTV หรือเป็นระบบการช่วยเหลือกรณีเกิดอุบัติเหตุซึ่งสามารถส่งสัญญาณแจ้งเตือนให้สถานพยาบาลหรือหน่วยช่วยเหลือทราบเพื่อความสะดวกรวดเร็วในการช่วยเหลือประชาชนได้ทันทั่วทั้งที่ อีกทั้งยังช่วยประหยัดเวลา ลดต้นทุนและเข้าถึงทุกกลุ่มคนในเวลาเดียวกัน

4) Culture: วัฒนธรรม

Identity สร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของเมืองยะลา โดยการใช้ทุนเดิมที่มีอยู่คือ “ทุนทางวัฒนธรรม” ที่มีอยู่อย่างหลากหลายทั้งไทยพุทธ อิสลามและเชื้อสายจีน ด้วยการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมไม่ว่าจะเป็นประเพณีชักพระที่ใหญ่ที่สุดใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ประเพณีไหว้พระจันทร์ รอมฎอนสัมพันธ์ และสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของเมืองยะลาที่มีความโดดเด่นและแตกต่างจากเมืองอื่น โดยการผสมผสานวัฒนธรรมมลายูอย่างลงตัว ด้วยการจัดงาน Melayu day a yala เป็นการส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมมลายู เนื่องจากวัฒนธรรมมลายูครอบคลุมแหลมมลายู ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนประชากรกว่า 300 ล้านคน พร้อมกันนี้ยังสร้างอุทยานเฉลิมพระเกียรติรัชกาลที่ 9 ถือเป็นแห่งแรกใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ Culture of Learning ปลูกฝังและสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ตลอดชีวิต เน้นความคิด

สร้างสรรค์ที่นำไปสู่การสร้างนวัตกรรมด้วยการ “ติดอาวุธทางปัญญา” ให้กับเด็กและเยาวชนที่จะเติบโตมาเป็นผู้นำในการพัฒนาเมืองต่อไป ผ่านอุทยานการเรียนรู้ TK Park Yala และสาขานำร่อง 4 มุมเมืองก่อสร้างโรงเรียนดนตรี ที่มีการเรียนรู้และฝึกสอนดนตรีออร์เคสตรา สร้างโรงเรียนกีฬาที่เป็นอะคาเดมี่บ่มเพาะและฝึกฝนนักกีฬา (พื้นที่โครงการอุทยาน ต้นแบบเฉลิมพระเกียรติสร้างความสมานฉันท์)

5) Competitive: การแข่งขัน

Human Resource พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีคุณภาพมีความพร้อมต่อการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน โดยกลุ่มของบุคลากรเทศบาลจัดฝึกอบรมให้ความรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ กลุ่มเด็กและเยาวชน ผ่านการเรียนรู้ Bain cloud และเข้าค่าย Brand summer camp ในขณะที่ประชาชนทั่วไปได้มีการอบรมให้ความรู้ในด้านต่าง ๆ ตลอดทั้งปี Infrastructure สร้างระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เข้าถึง ครอบคลุมทุกด้านประชาชนมีไฟฟ้าและ น้ำประปาที่มีคุณภาพใช้ทุกครัวเรือนนำพลังงานโซลาร์เซลล์มาใช้ในการจัดบริการสาธารณะและนำระบบ CCTV มาใช้แก้ไขการสัญจรให้มีความสะดวกรวดเร็วและคล่องตัว รวมถึงมีการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวดทั้งปี Research & Development สร้างการแข่งขันโดยใช้การวิจัยและพัฒนามาใช้กับพืชท้องถิ่น เช่น ส้ม โชกุน ทุเรียน กล้วยหิน กาแฟ ข้าว เพื่อเพิ่มผลผลิต ลดต้นทุน และสร้างโอกาสในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ตัวใหม่เข้มงวดทั้งปี Co-Operation สร้างโอกาสการทำงานร่วมกับต่างประเทศ เพื่อนำพาเทศบาลนครยะลาสู่สากล เช่น การสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับประเทศใน กลุ่มอาเซียน และประเทศจีน

6) Comfort: ความสะดวกสบาย

Livable & Sustainable น่านอยู่และยั่งยืนสร้างเมืองที่น่าอยู่น่านอาศัย ด้วยความสะดวก ความเป็นระเบียบเรียบร้อย เมืองแห่งสวนล่อม เมืองที่รายล้อมด้วย ความเขียวขุ่มและความ เป็นออร์แกนิกมีอากาศดีและบริสุทธิ์ เหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ เป็นศูนย์รวมของการกีฬา (Sport) ที่มีการแข่งขันแต่แฝงด้วยความ สนุกสนานและสุขภาพที่ดี และเป็นเมืองที่มีอาหารอร่อย ด้วยอาหารพื้นถิ่นรสชาติดั้งเดิม นอกจากนี้ยังติดตั้งและประดับไฟตกแต่งเมืองเพื่อเพิ่มสีสันยามค่ำคืนให้มีชีวิตชีวา น่านอยู่ สร้างแลนด์มาร์คใหม่ (Land Mark) ด้วยศิลปะ จิตรกรรมในสถานที่ต่าง ๆ พร้อมกับสำรวจและ สร้างเส้นทางปั่นจักรยาน สายกิน-สายวัฒนธรรม-สายท่องเที่ยว สร้างระบบดูแลรักษา ความปลอดภัยของเมืองที่มีประสิทธิภาพ (Smart Safety City) และสร้างการอยู่ร่วมกัน ภายใต้สังคมพหุวัฒนธรรม (Harmonize City) อย่างปกติสุขและยั่งยืน

ศักยภาพของเทศบาลนครยะลาจากผลการปฏิบัติงาน

จากการดำเนินการที่เน้นการบริหารจัดการอย่างมีคุณภาพทำให้เทศบาลนครยะลาได้ผ่านการประเมินผลต่าง ๆ และได้รับรางวัลที่แสดงให้เห็นว่า เทศบาลนครยะลา มีการบริหารจัดการที่ดี ดังต่อไปนี้

1) รางวัลองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการบริหารจัดการที่ดี ด้วยความมุ่งมั่นในการขับเคลื่อนการบริหารงานโดยยึดถือประชาชนเป็นศูนย์กลางควบคู่กับการคิดนวัตกรรมที่มีความเหมาะสมกับบริบทของท้องถิ่น ส่งผลให้เทศบาลนครยะลาได้รับรางวัลองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่มีการบริหารจัดการที่ดี

ประจำปี 2561 ประเภทโดดเด่น โดยได้รับเงินรางวัลสูงสุด จำนวน 10 ล้านบาท โดยเมื่อวันที่ 17 ตุลาคม 2561 นายพงษ์ศักดิ์ ยิ่งชนม์เจริญ นายกเทศมนตรีนครยะลา เข้ารับมอบโล่รางวัล จาก ฯพณฯ วิชาญ เครืองาม รองนายกรัฐมนตรี ในฐานะประธานกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ณ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล ซึ่งเทศบาลนครยะลาจะนำเงินรางวัลที่ได้รับนี้ไปพัฒนาบ้านเมืองต่อไป

2) รางวัลพระปกเกล้า นับเป็นความภาคภูมิใจของเทศบาลนครยะลาอีกครั้งหนึ่งที่ได้รับรางวัลจากสถาบันพระปกเกล้า ประจำปี 2561 ด้านความโปร่งใสและส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2561 นายพงษ์ศักดิ์ ยิ่งชนม์เจริญ นายกเทศมนตรีนครยะลา เข้ารับโล่รางวัลจาก ศาสตราจารย์วุฒิสาร ตันโซย เลขาธิการสถาบันพระปกเกล้า ณ ศูนย์ประชุมสหประชาชาติ ถนนราชดำเนินนอก กรุงเทพฯ

3) รางวัลองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีผลการปฏิบัติงานดีเด่น จากการขับเคลื่อนโครงการ Melayu Day a Yala ส่งเสริมและอนุรักษ์วัฒนธรรมมลายู เพื่อนำไปสู่เป้าหมาย "ยะลาเป็นศูนย์กลางวัฒนธรรมมลายู" ส่งผลให้เทศบาลนครยะลาได้รับรางวัล "องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ที่มีผลการปฏิบัติงานดีเด่น ประจำปี 2561" โดยเมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2561 นายพงษ์ศักดิ์ ยิ่งชนม์เจริญ นายกเทศมนตรีนครยะลา ได้เข้ารับรางวัลจาก พลเอกอนุพงษ์ เผ่าจินดา รัฐมนตรีว่าการกระทรวงมหาดไทย ณ ตึกสันติไมตรี ทำเนียบรัฐบาล

4) รางวัลการบริหารจัดการที่ดี หัวใจสำคัญของการบริหารจัดการที่ดีของเทศบาลนครยะลา คือ การบริหารราชการโดยยึดหลักธรรมาภิบาล โดยปฏิบัติตามแนวทางการปฏิบัติงานตามหลักเกณฑ์การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีและยึดถือประชาชน เป็นศูนย์กลาง ส่งผลให้เทศบาลนครยะลาผ่านการประเมินประสิทธิภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (Local Performance Assessment: LPA) ประจำปี 2561 (ภาพรวม 5 ด้าน 92.31%) โดยมีนายมานพ เกิดแดง ปลัดเทศบาลนครยะลา เป็นตัวแทนรับมอบโล่เกียรติคุณจากผู้ว่าราชการจังหวัดยะลา

องค์ความรู้ใหม่จากการศึกษา

การจัดการเชิงกลยุทธ์ของเทศบาลนครยะลาปรับกลยุทธ์เพื่อพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส โดยใช้ยุทธศาสตร์ 3R มุ่งสู่เป้าหมาย 6C ประกอบด้วย ดังต่อไปนี้

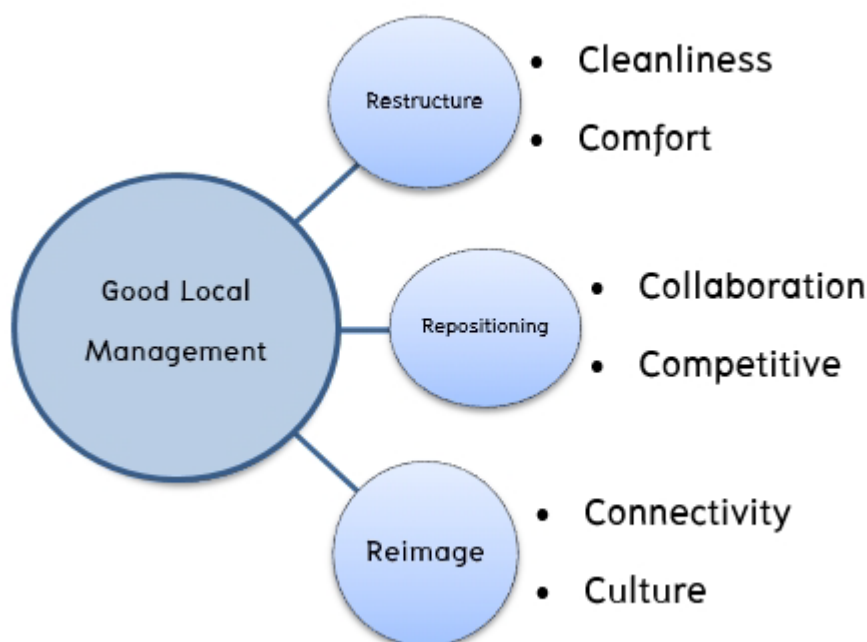
ยุทธศาสตร์ 3R

- 1) Restructure ปรับโครงสร้างเมืองด้านเศรษฐกิจ การศึกษา และ logistics
- 2) Repositioning วางตำแหน่งเมืองให้เป็นเมืองแห่งความสมานฉันท์ (Harmonized City)
- 3) Reimage การปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ของเมืองยะลาเป็นเมืองที่น่าอยู่ มี 3 กระบวนการ ดังนี้
 - 3.1 Re-thinking ปรับเปลี่ยนความคิด/ทัศนคติแง่ลบที่มีต่อเมืองยะลา
 - 3.2 Re-freshment ปรับเปลี่ยนเมืองให้มีสีสันมีชีวิตชีวน่าอยู่

3.3 Re-event จัดกิจกรรมระดับประเทศหรือนานาชาติในพื้นที่

มุ่งสู่เป้าหมาย 6C

- 1) Cleanliness: ความสะอาด
- 2) Collaboration: การทำงานร่วมกัน
- 3) Connectivity: การเชื่อมต่อ
- 4) Culture: วัฒนธรรม
- 5) Competitive: การแข่งขัน
- 6) Comfort: ความสะดวกสบาย



ภาพที่ 1 ยุทธศาสตร์ 3R (Restructure Repositioning Reimage) มุ่งสู่เป้าหมาย 6C
(Cleanliness Collaboration Connectivity Culture Competitive Comfort)

บทสรุป

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในฐานะเป็นองค์กรที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด จำเป็นที่จะต้องทำหน้าที่แทนรัฐในการจัดบริการสาธารณะ การบริหารจัดการภารกิจต่าง ๆ ในพื้นที่รับผิดชอบแก่ประชาชน เพื่อให้เกิดประโยชน์สุขแก่ประชาชนเป็นประการสำคัญ ดังนั้น การบริหารจัดการท้องถิ่นที่ดีตามแนวคิดหลักธรรมาภิบาล ภายใต้พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 ของประเทศไทยจึงมีความสำคัญในการเป็นแนวทางช่วยให้ท้องถิ่นสามารถบริหารจัดการให้เกิดประสิทธิภาพได้ ดังผลการศึกษาเทศบาลนครยะลาที่มีการบริหารจัดการ โดยยึดถือ

ประชาชนเป็นศูนย์กลางควบคู่กับการคิดนวัตกรรมที่มีความเหมาะสมกับบริบทของท้องถิ่น มีความโปร่งใส และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน บริหารโดยยึดหลักธรรมาภิบาล ทำให้หน่วยงานมีผลการปฏิบัติงานที่โดดเด่นและเป็นที่ยอมรับ ถือได้ว่าเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ประสบความสำเร็จและสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีในการบริหารจัดการท้องถิ่นให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหรือหน่วยงานอื่น ๆ ได้

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น. (2556). *คู่มือหลักเกณฑ์การบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น.
- เทศบาลนครยะลา. (2561). *รายงานผลการปฏิบัติงานตามนโยบายของนายกเทศมนตรีนครยะลา ประจำปี 2561*. ยะลา: เทศบาลนครยะลา.
- Bhatta, G. (2006). *International Dictionary of Public Management and Governance*. New York: Politics & International Relations.
- Imrie, R. and Raco, M. (1999). *How New is the New Local Governance?*. Lessons from the United Kingdom. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 24(1), 45–63.
- Shah, A. (2006). *Intergovernmental Fiscal Transfers: Principal and Practice*. Washington, DC: World Bank Publications.
- Thomas, G.W. (2000). Governance, Good Governance and Global Governance: Conceptual and Actual Challenges. *Third World Quarterly*, 21(5), 795–814.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพล
ต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัด
Marketing Mix and Service Quality that Affect Customer Satisfaction of Hongyen
Uttaradit Company Limited

ศรินทร์ ล้อมวลีรักษ์¹, ภาศิริ เขตปิยรัตน์² และ ศิริกานดา แหยมคง³

Sarinphat Lomvaleerak¹, Pasiri Khetpiyarat² and Sirikarnda Yaemkong³

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์^{1,2,3}

Faculty of management Science, Uttaradit Rajabhat University, Thailand^{1,2,3}

E-mail: ¹g64553490113@live.ur.ac.th; ²pasiri.khe@live.ur.ac.th; ³sirikarnda.yae@live.ur.ac.th

Retrieved August 12, 2022; Revised September 7, 2022; Accepted November 2, 2022

DOI: 10.14456/jappm.2022.22

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัด และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการให้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัด เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพบริการ และความพึงพอใจเป็นกรอบการวิจัย พื้นที่วิจัยคือ บริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัด ประชากรคือ ผู้มาซื้อสินค้าจากทางบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัด อย่างน้อย 2 ปีขึ้นไป จำนวน 102 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติพื้นฐานได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอ้างอิงใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้วิธี Enter Selection

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-40 ปี การศึกษาดำรงว่าปริญญาตรี อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท เป็นลูกค้าบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัดมาเป็นเวลา 2 – 5 ปี และสินค้าที่ซื้อเป็นประจำ คือ อาหารแปรรูป ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัดมีการใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คุณภาพในการให้บริการในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และความพึงพอใจต่อบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัด และคุณภาพการให้บริการด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้าน

การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้ามีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัท หองเย็นอุตรดิตถ์จำกัด

ผลการวิจัยค้นพบว่า ส่วนผสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ และคุณภาพในการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุดคือ ด้านความ เชื่อถือไว้วางใจได้ ดังนั้นการวางกลยุทธ์การตลาดของบริษัทหองเย็นอุตรดิตถ์จำกัด จึงควรที่จะเน้น กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ ที่สามารถสร้างความเชื่อถือไว้วางใจให้กับลูกค้าได้ จะสามารถเพิ่มยอดขายและ ส่วนแบ่งทางการตลาดได้มากขึ้น

คำสำคัญ: ส่วนผสมทางการตลาด; คุณภาพการบริการ; ความพึงพอใจของลูกค้า; หองเย็นอุตรดิตถ์

Abstract

This Article aimed to study (1) The importance of marketing mix, the quality of service, and customer satisfaction toward Hongyen Uttaradit Co., Ltd. And (2) the marketing mix and the quality of service that affects customer satisfaction of Hongyen Uttaradit's customers. This research was quantitative research based on the concept of marketing mix, quality of service, and customer satisfaction focusing on Hongyen Uttaradit. The sample of the research was the customers of Hongyen Uttaradit who had been the customers of the company more than 2 years. The data was collected from 102 customers. The only one instrument for collecting data of this research was questionnaire. Descriptive statistics and Multiple Regression Analysis by Enter Selection method had been used to analyze data.

The research results were found as follows. Most of customers were female, 21–40 years old, the level of education was below bachelor's degree. Most of the sample was business owner, average monthly income ranged from 20,001 – 30,000 baht. They had been the customers of Hongyen Uttaradit for 2–5 years and the most common products that they purchased were processed foods. Overall, the sample perceived that Hongyen Uttaradit had high level of implementing marketing mix. About Hongyen Uttaradit's quality of service, the sample considered high in both overall. Lastly, most of the customers experienced high level of overall satisfaction toward Hongyen Uttaradit.

The result of hypothesis testing found that the marketing mix in term of product had influence on customer satisfaction of Hongyen Uttaradit. About the quality of service, the aspects of trustworthy, customer confidentiality, and customer recognition had influence on customer satisfaction of the company.

The research also found that the marketing mix that affected customer satisfaction of Hongyen Uttaradit the most was product. Additionally, trustworthy was the key factor in quality of service. As a result, the marketing strategy that should be emphasized in the company was the product that supported customer trust. This would help to increase sales and market share of the company.

Keywords: Marketing mix; Quality of service; Customer satisfaction; Hongyen Uttaradit

บทนำ

พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของมนุษย์เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาตามการเปลี่ยนแปลงทางสังคม และปัจจัยที่เกี่ยวข้องหรือมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารของมนุษย์ ได้แก่ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างทางสังคม และสถานะทางสังคม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ศาสนาและความเชื่อต่าง ๆ การได้รับความรู้ด้านโภชนาการ เทคโนโลยี การคมนาคมขนส่งและการติดต่อสื่อสาร ภาพลักษณ์ของอาหาร และผลของการโฆษณา นอกจากนี้ยังพบว่าคนไทยหันมาทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น คือ อาหารพร้อมทาน หรือ Ready to Eat ซึ่งปัจจุบันผู้บริโภคชาวไทยให้ความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะคนต่างจังหวัด เนื่องจากมีความสะดวก ไม่ต้องการทำอาหารเอง ไม่ต้องเสียเวลาในการเตรียมวัตถุดิบต่าง ๆ และไม่ต้องทำความสะอาดหลังทำอาหาร (Posttoday, 2560) และยังพบว่ากลุ่มอาหารแช่แข็ง อาหารพร้อมรับประทาน และอาหารพร้อมปรุง เป็นหนึ่งในตัวเลือกที่ปลอดภัยสำหรับยุคโควิด19 เพราะผู้บริโภคสามารถซื้อเก็บไว้ได้นาน ลดความเสี่ยงจากการไปซื้อของตามตลาด หรือห้างร้านที่แออัดได้ และด้วยเทคโนโลยีการผลิตอาหารในปัจจุบัน ทำให้อาหารแช่แข็งนอกจากจะเก็บรักษาได้นานแล้ว ยังสามารถคงคุณภาพและสารอาหารครบถ้วนอีกด้วย (SME in Focus, 2563)

จากสถานการณ์ปัจจุบัน ส่งผลให้ตลาดอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมทานมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นเรื่อย ๆ เพราะสามารถตอบโจทย์ความต้องการเรื่อง “รวดเร็ว สะดวก” เหมาะกับวิถีชีวิตของผู้บริโภคในปัจจุบัน และที่สำคัญ อาหารแช่แข็งยังสามารถคงปริมาณสารอาหารต่าง ๆ เอาไว้ได้มากกว่าวิธีการถนอมอาหารวิธีอื่น ๆ ด้วยวิธีปฏิบัติตั้งแต่การเก็บรักษาจนถึงอุ่นร้อนด้วยไมโครเวฟที่ถูกต้อง เพื่อให้การบริโภคอาหารแช่แข็งพร้อมทานได้อย่างสบายใจ การแช่แข็ง (Freezing) เป็นเทคโนโลยีการแปรรูปที่นำมาใช้อย่างแพร่หลายเพื่อยืดอายุการเก็บอาหารอีกรูปแบบหนึ่ง อาหารสำเร็จรูปแช่แข็งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เติบโตสูงกว่าภาพรวมของตลาดอาหารและเครื่องดื่ม จนมีการคาดการณ์ว่าในปี 2563 นี้ จะขยายตัวขึ้นอีก 3 – 5 เปอร์เซ็นต์ ถือว่าเป็นโอกาสที่ดีของธุรกิจอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งจะสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค และได้ผลตอบแทนทางธุรกิจที่ดีเกินคาด (ประชาชาติธุรกิจ, 2563)

ทั้งนี้ บริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัด ซึ่งได้ดำเนินธุรกิจประเภทห่อเย็นรายใหญ่ภายในจังหวัดอุตรดิตถ์ ดำเนินการให้บริการจำหน่ายอาหารแช่แข็ง และอาหารแปรรูป ซึ่งเป็นสินค้าหลักและสามารถสร้างมูลเพิ่มในธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง โดยขายส่งอาหารแช่แข็งและอาหารแปรรูปไปยังร้านอาหารต่าง ๆ

เพื่อจำหน่ายสินค้าประเภทวัตถุดิบที่นำไปจำหน่ายต่อ และประกอบอาหาร อาทิ ปูอัด เต้าหู้ ปลา หมึก หลอด ฮอทดอก ไส้กรอก ลูกชิ้น ชิ้นส่วนไก่ ภายในพื้นที่ และเขตติดต่อบริเวณ ๆ จังหวัดอุดรธานี นอกจากนี้ มีการวางแผนการตลาดเพื่อขยายการจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น แต่จากผลการดำเนินงานที่ผ่านมาของบริษัทพบว่ายังประสบกับปัญหาในเรื่องของการตลาดและการบริการ สาเหตุเกิดจากการประกอบธุรกิจที่ดำเนินงานโดยบุคคลเพียงคนเดียว ทำให้ขาดความรู้ ความสามารถในการบริหารงานขาดหลักวิชาการที่ดี และการบริหารงานคนเดียวเป็นภาระที่ค่อนข้างหนักและยังมีข้อจำกัดในเรื่อง เวลา ความคิดและแรงงาน (ทองอยู่ ล้อมวลีรักษ์ พฤษภาคม, 2564)

จากสถานการณ์ดังกล่าวมาข้างต้น บริษัทห่อเย็นอุดรธานี จำกัด จึงประสบปัญหาการบริหารจัดการการตลาดและการบริการ ทำให้จำนวนลูกค้าลดลง และไม่สามารถขยายฐานลูกค้าได้ จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการให้บริการ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห่อเย็นอุดรธานี จำกัด เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้เข้าถึงลูกค้า อีกทั้ง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านคุณภาพการบริการที่จะเป็นประโยชน์ต่อการรักษาลูกค้าและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห่อเย็นอุดรธานี จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการให้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห่อเย็นอุดรธานี จำกัด

สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห่อเย็นอุดรธานี จำกัด

การทบทวนวรรณกรรม

ส่วนประสมทางการตลาด Kotler (2000) (อ้างใน จันทรัฐจิ มาศโอสถ, 2560) ให้ความหมายว่า กลุ่มเครื่องมือด้านการตลาดที่บริษัทนำมาใช้เพื่อการบรรลุวัตถุประสงค์ด้านการตลาดของบริษัทในตลาดเป้าหมายซึ่งเป็นส่วนประกอบที่มีอิทธิพลและมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อธุรกิจการตลาดเป็นปัจจัยที่ควบคุมได้ ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่าย สอดคล้องกับเสรี วงษ์มณฑา (2554) กล่าวว่า การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย และขายในราคาที่เหมาะสมที่ผู้บริโภคยอมรับได้ ผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อเพื่อให้ความสะดวกแก่ผู้บริโภค ความพยายามจูงใจ

ให้เกิดความชอบในสินค้าเรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ปัจจัยดังนี้ คือ 1. ผลิตภัณฑ์ 2. ราคา 3. การจัดจำหน่าย 4. การส่งเสริมการตลาด อีกทั้ง ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2563) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด อาจเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ปัจจัยภายในทางการตลาด ซึ่งเป็นเครื่องมือที่บริษัท ควบคุมได้ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะเป็นสินค้ามีตัวตนหรือเป็นบริการซึ่งไม่มีตัวตนก็ได้ ราคา หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงิน การจัดจำหน่าย หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด การส่งเสริมการตลาด เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างความเชื่อถือ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดี เพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อถือหรือพฤติกรรมการซื้อ จากการศึกษาแนวคิดของนักวิชาการและนักวิจัยเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดดังที่ได้สรุปผลการศึกษาข้างต้น ผู้วิจัยจึงจะนำ ส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้าน มาเป็นตัวแปรในการวิจัย ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยการศึกษาครั้งนี้ยังมุ่งเน้นการศึกษาด้านคุณภาพการบริการซึ่งเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ

คุณภาพการบริการ จากการศึกษาของ Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) โดยใช้วิธีการวิจัยแบบ Focus Group พบว่าผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าประเมินคุณภาพของบริการที่เขาได้รับ เรียกว่า “คุณภาพการบริการที่ลูกค้ารับรู้” ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการที่ลูกค้าทำการเปรียบเทียบ “บริการที่คาดหวัง” กับ “บริการที่รับรู้” ซึ่งก็คือ ประสบการณ์ที่เกิดขึ้นหลังจากที่เขาได้รับบริการแล้วนั่นเอง ในการประเมินคุณภาพของการบริการดังกล่าวนี้ ลูกค้ามักจะพิจารณาจากเกณฑ์ที่เขาคิดว่ามีค่าสำคัญ 10 ประการ ดังต่อไปนี้ (ศิริกิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา, 2563) 1. Reliability 2. Tangibles 3. Responsiveness 4. Credibility 5. Security 6. Access 7. Communication 8. Understanding the Customer 9. Competence 10. Courtesy

ในการวิจัยครั้งต่อมา คณะผู้วิจัยทั้ง 3 คน ดังกล่าวข้างต้นพบว่า มีระดับของความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรดังกล่าวค่อนข้างสูง จึงปรับเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของบริการใหม่ให้เหลือเกณฑ์ 5 เกณฑ์ เรียกว่า “SERVQUAL” หรือตัวแบบ “RATER” (RATER Model) (1988) ดังต่อไปนี้ 1) ความไว้วางใจ หรือความน่าเชื่อถือ คือ ความสามารถในการให้บริการในระดับหนึ่งที่ต้องการอย่างถูกต้อง และไว้วางใจได้ 2) ความมั่นใจ ผู้ให้บริการมีความรู้และทักษะที่จำเป็นในการบริการ มีความสุภาพและเป็นมิตรกับลูกค้า มีความซื่อสัตย์และสามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าได้ และความมั่นคงปลอดภัย 3) สิ่งที่สามารถจับต้องได้ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ สภาพแวดล้อม เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่าง ๆ 4) ความใส่ใจ สามารถเข้าถึงได้โดยสะดวกและสามารถติดต่อได้ง่าย ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร และเข้าใจลูกค้า 5) การสนองตอบลูกค้า ความเต็มใจที่จะให้บริการทันที และให้ความช่วยเหลือเป็นอย่างดี นอกจากนี้ พนิตสุภา ธรรมประมวล (2563) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ เป็นปัจจัยที่สามารถระบุได้ว่าบริการนั้นมีคุณภาพ

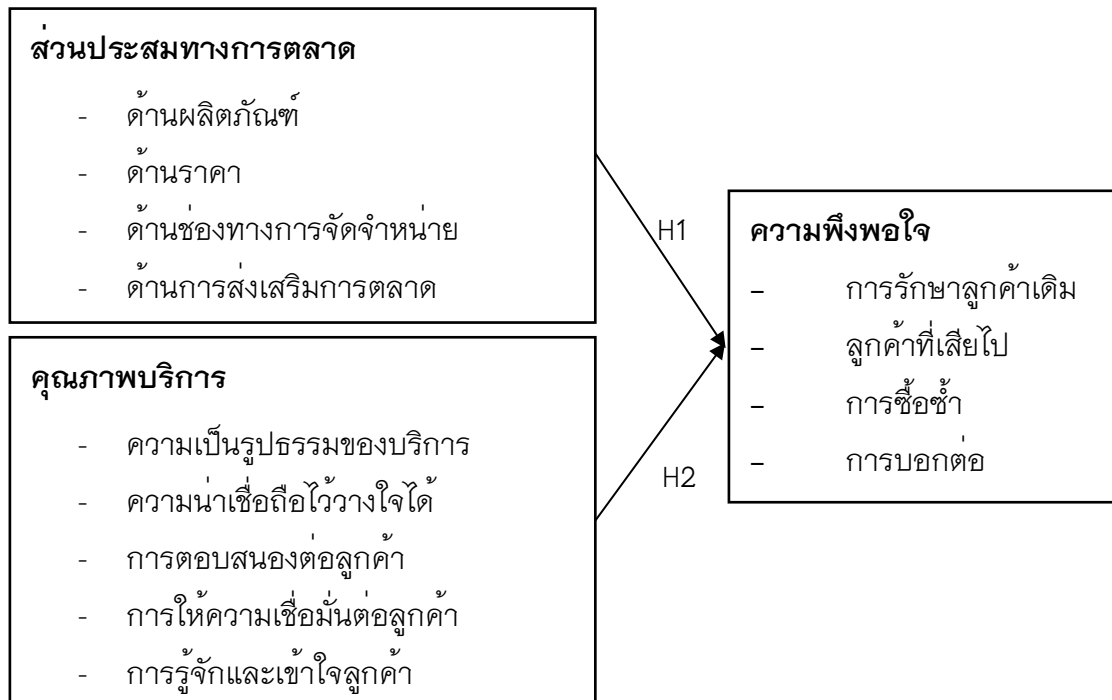
ดังนี้ 1. สามารถจับต้องได้ 2. ความเชื่อถือได้ 3. ความสามารถ 4. ความรับผิดชอบ 5. การเน้นเพื่อเป็นการยืนยันหรือ ทบให้การบริการในครั้งนั้น ๆ มีคุณภาพที่ประทับใจแก่ลูกค้ายิ่งขึ้น จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการข้างต้น ผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Parasuraman และคณะ (1988) (SERVQUAL) เป็นหลัก และได้รวมตัวแปร ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ เข้าด้วยกัน เนื่องจากมีความคล้ายคลึงกัน ทำให้ตัวแปรที่ส่งผลต่อคุณภาพการให้บริการ ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า แนวคิดต่อไปผู้วิจัยจะทบทวนแนวคิดความพึงพอใจมาประกอบการศึกษา

ความพึงพอใจ ตามแนวคิดของ Kotler (2006) (รุ่งโรจน์ จีระพัฒนกุล, 2560) อธิบายว่า หมายถึง การทำให้บุคคลรู้สึกพอใจหรือไม่พอใจอันเป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่างผลประโยชน์จากคุณสมบัติหรือการทำงานของผลิตภัณฑ์ตามที่เห็นหรือเข้าใจกับความคาดหวังของลูกค้าซึ่งเกิดจากประสบการณ์และความรู้ในอดีตของผู้ซื้อ ทั้งนี้ ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสภาวะทางจิตใจของลูกค้าที่ได้รับการตอบสนองอย่างเพียงพอหรือมากกว่าในด้านความจำเป็น ความต้องการ และความคาดหวังในตัวสินค้าหรือบริการซึ่งส่งผลให้เกิดการซื้อซ้ำ และความภักดีในตราสินค้า สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ตามระดับความพึงพอใจ คือ กลุ่มลูกค้าที่ไม่พึงพอใจ กลุ่มลูกค้าที่พึงพอใจ และกลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจมากจากการวิจัยของแอนตันและเดอ รอยเตอร์ ในปี 1992 พบว่าพฤติกรรมในการตอบสนองต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าทั้งสามกลุ่มจะมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยกลุ่มลูกค้าที่ไม่พึงพอใจจะมีการต่อว่าและพูดถึงบริษัทในทางที่ไม่ดี กลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจจะมีพฤติกรรมในการซื้อซ้ำและกลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจมาก จะมีการบอกต่อถึงความดีเด่นของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ อีกทั้ง นกตล ร่มโพธิ์ (2554) กล่าวว่า เราอาจวัดความพึงพอใจลูกค้าจากตัววัดต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ 1) อัตราการรักษาลูกค้าเดิม เป็นการวัดจากอัตราการรักษา ลูกค้าเดิม ซึ่งแสดงออกมาเป็นค่าร้อยละ อัตราที่สูงแสดงถึงลูกค้าเก่า ที่ยังอยู่กับองค์กร ดังนั้นยิ่งอัตราส่วนนี้มีค่าที่สูงมากเท่าใด จะยิ่งเป็นผลดีต่อ องค์กรมากเท่านั้น เพราะกลุ่มลูกค้าเหล่านี้เป็นฐานรายรับที่สำคัญ 2) การวิเคราะห์ลูกค้าที่เสียไป เป็นการตรวจสอบ กรณีที่ลูกค้าหยุดซื้อสินค้าและบริการขององค์กร หรืออาจมีการไปซื้อสินค้า เจ้าอื่นแทน เพื่อหาสาเหตุที่ลูกค้าไม่ซื้อสินค้าและบริการขององค์กรอีกต่อไป 3) การวิเคราะห์จากการซื้อ สามารถวิเคราะห์ได้จากการซื้อซ้ำในกลุ่มสินค้าเดิม และการซื้อซ้ำในกลุ่มสินค้าใหม่ ซึ่งการกระตุ้นให้เกิด การซื้อจากลูกค้าเดิมที่อยู่กับองค์กรจะเป็นการเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น ลูกค้ากลุ่มเดิมที่มีความจงรักภักดีจะตัดสินใจ ซื้อง่ายและรวดเร็ว 4) อัตราการบอกต่อ การบอกต่อนี้จะเกิดขึ้นจากลูกค้าเก่าที่มี ความจงรักภักดีต่อสินค้าและบริการขององค์กร โดยโน้มมน้าวคนใกล้ชิด เช่น คนในครอบครัว เพื่อนสนิท ให้ซื้อสินค้าและบริการขององค์กร

จากผลการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า เนื่องจากในมุมมองลูกค้าจะมีการพิจารณาสิ่งที่จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนเองให้ได้มากที่สุด ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดและคุณภาพการบริการ มีผลต่อการสร้างความพึงพอใจและส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อในขั้นตอนต่อไป

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ Kotler (2000) แนวคิดคุณภาพบริการของ Parasuraman และคณะ (1988) และแนวคิดความพึงพอใจของ นกตล รมโพธิ์ (2554) โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัยคือ ห้างเย็นอุตรดิตถ์จำกัด

ประชากร คือ ผู้มาซื้อสินค้าจากทางบริษัทห้างเย็นอุตรดิตถ์จำกัด อย่างน้อย 2 ปีขึ้นไป จำนวน 102 คน (ข้อมูล พ.ศ.2564) และเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรทั้งหมด ในเดือน ธันวาคม 2564

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) มีค่าระหว่าง 0.67 – 1.00 และมีค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) 0.850 ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน อาชีพ ระยะเวลาการเป็นลูกค้า และสินค้าที่ซื้อเป็นประจำ

ตอนที่ 2 ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 3 ระดับคุณภาพในการให้บริการ ประกอบด้วย ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจได้ การตอบสนองต่อลูกค้า การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า

ตอนที่ 4 ระดับความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัด ประกอบด้วย การรักษาลูกค้าเดิม ลูกค้าที่เสียไป การซื้อซ้ำ และการบอกต่อ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย สถิติพื้นฐานได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติอ้างอิงใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยวิธี Enter Selection เนื่องจากต้องการทราบว่าตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่ทำการศึกษจะสามารถพยากรณ์ตัวแปรตามได้หรือไม่มากน้อยเพียงใด

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัด ผลการวิจัยพบว่า

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัด (ภาพรวม)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย (μ)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (σ)	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.22	0.359	มาก
ด้านราคา	3.86	0.302	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.83	0.381	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.07	0.227	ปานกลาง
รวม	3.74	0.236	มาก

จากตารางที่ 1 ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัดมีการใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่บริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัดใช้อยู่ในระดับมาก มี 3 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย และส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อระดับคุณภาพในการให้บริการของบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัด (ภาพรวม)

คุณภาพในการให้บริการ	ค่าเฉลี่ย (μ)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (σ)	แปลผล
ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	3.97	0.366	มาก
ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้	4.36	0.440	มาก
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	3.74	0.478	มาก
ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า	4.30	0.457	มาก
ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	4.34	0.444	มาก
รวม	4.14	0.349	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าเป็นภาพรวมคุณภาพในการให้บริการของบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัดอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าคุณภาพในการให้บริการของบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัดอยู่ในระดับมากทุก ๆ ด้าน ประกอบด้วย ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัด (ภาพรวม)

ความพึงพอใจของลูกค้า	ค่าเฉลี่ย (μ)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (σ)	แปลผล
ด้านการรักษาลูกค้าเดิม	3.57	0.484	มาก
ด้านลูกค้าที่เสียไป	4.05	0.309	มาก
ด้านการซื้อซ้ำ	4.18	0.480	มาก
ด้านการบอกต่อ	4.15	0.507	มาก
รวม	3.99	0.332	มาก

จากตารางที่ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัดอยู่ในระดับมากทุก ๆ ด้าน ประกอบด้วย ด้านการซื้อซ้ำ ด้านการบอกต่อ ด้านลูกค้าที่เสียไป และด้านการรักษาลูกค้าเดิม

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัด เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานแล้วผลปรากฏดังนี้

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และคุณภาพในการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัด ด้วยวิธี Enter

ตัวแปรอิสระ	อิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า บ.ห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัด					
	B	SE	Beta	t	p-value	VIF
(Constant)	.979	.420		2.331	.022	
ผลิตภัณฑ์ (X ₁)	.190	.089	.119	1.244	.017*	2.171
ราคา (X ₂)	-.028	.090	-.025	-.307	.759	1.593
ช่องทางการจัดจำหน่าย (X ₃)	.129	.090	.148	1.432	.156	2.537
การส่งเสริมการขาย (X ₄)	.025	.103	.017	.238	.812	1.177
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ (X ₅)	-.019	.078	-.020	-.236	.814	1.771
ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (X ₆)	.353	.083	.467	4.227	.000*	2.894
การตอบสนองต่อลูกค้า (X ₇)	-.151	.074	-.275	-2.594	.111	2.666
การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า (X ₈)	.155	.086	.214	1.804	.034*	3.341
การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (X ₉)	.153	.068	.205	2.255	.027*	1.949
SE = 0.21676 , F = 16.099, Adj R ² = 0.574, R ² = 0.612						

*มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า มีตัวแปรอิสระ 4 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ผลิตภัณฑ์ การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า และตัวแปรดังกล่าวสามารถอธิบายค่าความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัด ได้ร้อยละ 61.2 (R² = 0.612) ซึ่งสามารถเขียนเป็นสมการการถดถอยได้ดังนี้

$$Y = 0.979 + 0.190X_1 + 0.353X_6 + 0.155X_8 + 0.153X_9$$

เมื่อ Y หมายถึง ความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัด

X₁ หมายถึง ผลิตภัณฑ์

X₆ หมายถึง ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้

X₈ หมายถึง การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า

X₉ หมายถึง การรู้จักและเข้าใจลูกค้า

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัย วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการให้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัด พบว่าในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัดมีการใช้ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ใช้อยู่ในระดับมาก มี 3 ด้าน คือ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือ สินค้ามีคุณภาพดี มีความหลากหลาย มีรสชาติอร่อย และสินค้ามีการบรรจุหีบห่อที่ได้คุณภาพและเหมาะสม ซึ่งทางบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัดคัดเลือกสินค้าที่มีการรับรองจาก อย. รสชาติดี และมีคุณภาพมาขายให้กับลูกค้า 2. ด้านราคา บริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัดมีราคาถูกกว่าคู่แข่งในในตลาด เนื่องจากห้องเย็นอุตรดิตถ์มีขนาดที่ใหญ่สามารถเก็บสินค้าได้จำนวนมาก ทำให้สามารถส่งสินค้าในปริมาณมากได้ จึงได้เปรียบเรื่องต้นทุนสินค้าจึงขายสินค้าได้ในราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่งในตลาด และราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ 3. ช่องทางการจัดจำหน่าย บริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัด ให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป็นหลัก โดยจะมีการมอบหมายให้พนักงานแต่ละคนดูแลลูกค้าประจำ และคอยให้บริการลูกค้าที่ตนเองดูแล นอกจากนี้ ร้านยังสามารถติดต่อได้สะดวก และทางบริษัท มีที่จอดรถที่เพียงพอสะดวกกับลูกค้าในการซื้อสินค้าและขนสินค้า ซึ่งเป็นไปตามที่ เสรี วงษ์มณฑา (2554) ได้กล่าวไว้ว่า การมีสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย และขายในราคาที่ผู้บริโภคยอมรับได้ ผู้บริโภคยินดีจ่ายเพราะเห็นว่าคุ้ม รวมถึงมีการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าสอดคล้องกับพฤติกรรม การซื้อเพื่อความสะดวกแก่ผู้บริโภค ความพยายามจงใจให้เกิดความชอบในสินค้านี้เรียกว่า ส่วนประสมทางการตลาดนั่นเอง นอกจากนี้ ผลการวิจัยในส่วนของส่วนประสมทางการตลาดนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาวดี ปานอินทร์ (2559) ซึ่งได้วิจัยเรื่อง การศึกษาการขยายตลาดอาหารทะเลแช่แข็งไปยังตลาดจังหวัดสระแก้ว แล้วพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านกายภาพ ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ในระดับความสำคัญมาก ซึ่งจะสังเกตได้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และการจัดจำหน่ายในลำดับต้น ๆ

สำหรับคุณภาพในการให้บริการของบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัด ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าอยู่ในระดับมากทุก ๆ ด้าน คือ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ และด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของ Parasuraman et al. ได้กล่าวว่าเกณฑ์ที่ลูกค้าใช้ประเมินคุณภาพของการบริการนั้น มีเพียงแค่ 2 เกณฑ์เท่านั้น ซึ่งได้แก่ Credibility และ Tangibles ที่จัดว่าเป็น Search Quality ซึ่งหมายความว่าลูกค้าสามารถที่จะประเมินคุณภาพได้ล่วงหน้าก่อนการซื้อ สอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้ที่เน้นคุณภาพการบริการในด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ เช่น สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีมาตรฐาน ได้รับการรับรองจาก อย. สินค้ามีการแสดงวันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน และด้านความเป็นรูปธรรมของการ

บริการ เช่น มีพนักงานคอยให้บริการหน้าร้านตลอดเวลา สินค้ามีความสด ใหม่ ไม่ค้างเป็นเวลานาน และมีการใช้เทคโนโลยีในการบริการที่ทันสมัย

การวัดความพึงพอใจของลูกค้าตามแนวคิดของ นกตล รมโพธิ์ (2554) การวิจัยนี้พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัดอยู่ในระดับมากทุกๆ ด้าน ซึ่งสามารถเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยได้ดังนี้ 1. ด้านการซื้อซ้ำ 2. ด้านการบอกต่อ 3. ด้านลูกค้าที่เสียไป และ 4. ด้านการรักษาลูกค้าเดิม จากการวิจัยของแอนตันและเดอรอยเตอร์ ในปี 1992 พบว่าพฤติกรรมในการตอบสนองต่อระดับความพึงพอใจของลูกค้าทั้งสามกลุ่มจะมีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยกลุ่มลูกค้าที่ไม่พึงพอใจจะมีการต่อว่า และพูดถึงบริษัทในทางที่ไม่ดี กลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจจะมีพฤติกรรมในการซื้อซ้ำ และกลุ่มลูกค้าที่มีความพึงพอใจมาก จะมีการบอกต่อถึงความดีเด่นของสินค้าหรือบริการนั้น ๆ แสดงให้เห็นว่าลูกค้าของบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัด มีความพึงพอใจต่อบริษัท ในระดับมากจึงส่งผลให้เกิดการซื้อซ้ำ และการบอกต่อ

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาด คุณภาพการให้บริการ ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัด พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัยในครั้งนี้ที่พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับการที่ตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือ และสินค้ามีคุณภาพดี นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Kotler (2000) ที่ให้ความสำคัญกับการใช้เครื่องมือด้านการตลาดเพื่อให้องค์การสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ด้านการตลาด โดยส่วนประกอบที่มีอิทธิพลต่อธุรกิจประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่าย นอกจากนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2563) กล่าวว่า ปัจจัยภายในทางการตลาดที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากสิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานของบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัด ที่เน้นการคัดสรรผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน อย. เป็นตราสินค้าที่มีชื่อเสียง รสชาติอร่อย มีคุณภาพ และเป็นสินค้าที่อยู่ในกระแสนิยมมาแนะนำให้กับลูกค้า นอกจากนี้สินค้ายังเน้นความสดใหม่ สะอาด มีวันหมดอายุระบุไว้ชัดเจน

สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่พบว่า คุณภาพการให้บริการในด้านความเชื่อถือไว้วางใจได้ ด้านการให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัดนั้น สอดคล้องกับงานวิจัยครั้งนี้คือ ลูกค้าจะให้ความสำคัญกับมาตรฐานของสินค้าที่นำมาจำหน่ายและได้รับการรับรองจาก อย. ความซื่อตรงในการให้บริการของพนักงาน และการที่พนักงานจดจำลูกค้าประจำได้ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ อาภาภรณ์ นิยมธรรม (2559) ที่สรุปไว้ว่า คุณภาพบริการ คือ การเปรียบเทียบความรู้สึกระหว่างการบริการที่คาดหวัง (Expectation Service) กับการบริการที่รับรู้จริง (Perception Service) จากผู้ให้บริการ ซึ่งหากผู้ให้บริการสามารถให้บริการที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ หรือสร้างการบริการที่มีระดับสูงกว่าที่ผู้รับบริการได้คาดหวัง ส่งผลให้การบริการดังกล่าวเกิดคุณภาพ จะทำให้ผู้รับบริการเกิดความพึงพอใจ

เป็นอย่างมาก เนื่องจากการวิจัยนี้พบว่า คุณภาพการบริการอยู่ในระดับมาก จึงส่งผลให้เกิดความพึงพอใจมากเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัสสร ธนาสุริชากร (2563) ที่ได้วิจัยเรื่อง คุณภาพการให้บริการร้านอาหารครัวไม้ไผ่ แล้วพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความน่าเชื่อถือ ด้านการตอบสนอง ด้านความมั่นใจ และด้านความใส่ใจ มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการให้บริการของร้านอาหารครัวไม้ไผ่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิจัยนี้สามารถในสมการเพื่อใช้ในการพยากรณ์ความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งทำให้ทราบว่าตัวแปรที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัด สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ผลลัพธ์ การให้ความเชื่อมั่นต่อลูกค้า และการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ซึ่งผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดและงานวิจัยที่ได้อ้างอิงไว้ในขั้นต้น

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้ามากที่สุดคือ ด้านผลลัพธ์ และตัวแปรคุณภาพในการบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า มากที่สุดคือ ด้านความเชื่อถือน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ ดังนั้นการวางกลยุทธ์การตลาดของบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัด จึงควรที่จะเน้นกลยุทธ์ด้านผลลัพธ์ที่สามารถสร้างความเชื่อถือน่าเชื่อถือไว้วางใจให้กับลูกค้าได้ จะสามารถเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาดได้มากขึ้น (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 แสดงการผสมกลยุทธ์การตลาด (ผลลัพธ์) และคุณภาพบริการ (การสร้างความน่าเชื่อถือ)

สรุป

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห่อเย็นอุตรดิตถ์จำกัด ซึ่งเป็นธุรกิจเฉพาะ แต่ข้อค้นพบของงานวิจัยอาจมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจห่อเย็นอื่น หรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจเกี่ยวกับโลจิสติกส์ หรือธุรกิจขายอาหารทะเล โดยเฉพาะหากสามารถนำกลยุทธ์ด้านผลลัพธ์ ผสมผสานกับคุณภาพด้านการสร้างความน่าเชื่อถือเข้าด้วยกันได้จะยังมีประโยชน์และสามารถสร้างยอดขายให้เติบโตและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดได้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

บริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัดควรเน้นการส่งเสริมทางการตลาด เช่น การให้ส่วนลดในช่วงเทศกาล การให้ส่วนลดในกรณีที่ซื้อปริมาณมาก การรับประกันสินค้า โดยทำการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า ผ่านเพจ หรือไลน์ รวมทั้งการโทรแจ้งโปรโมชั่นให้ลูกค้าประจำรับทราบ เพื่อจะได้วางแผนการซื้อสินค้าโปรโมชั่น นอกจากนี้ด้านผลิตภัณฑ์ บริษัท ควรรักษามาตรฐานของสินค้าที่มีคุณภาพ ตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือ ความหลากหลายของสินค้า

นอกจากนี้ด้านคุณภาพในการบริการของบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัด ควรรักษามาตรฐานของ คุณภาพในการบริการ ไม่ว่าจะเป็นมาตรฐานของสินค้าที่นำมาจำหน่าย การสร้างความเป็นกันเองให้กับ ลูกค้า โดยการจดจำลูกค้าและสินค้าที่ลูกค้าซื้อประจำได้ รวมถึงการให้บริการด้วยความเป็นมิตร พร้อม ช่วยเหลือและแก้ไขปัญหา และควรสร้างคุณภาพในการบริการให้เหนือความคาดหมายให้กับลูกค้า เช่น การส่งสินค้าให้กับลูกค้ารายย่อย การให้บริการดูแลสำหรับร้านค้าที่ไม่มีเงินลงทุนตู้แช่แข็ง เป็นต้น

การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัด ทำให้ทราบว่าลูกค้ามีความพึงพอใจด้านการซื้อซ้ำระดับมาก ดังนั้นบริษัท ควรให้รางวัลสำหรับลูกค้าที่มีความจงรักภักดีต่อบริษัท เช่น การให้ของแถม หรือการให้สิทธิพิเศษในการซื้อสินค้าต่าง ๆ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกพิเศษมากขึ้นไปอีก ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการบอกต่อให้กับคนรู้จัก และจะชักชวนให้คนรู้จักมาซื้อสินค้าที่บริษัท

จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย พบว่า ผลลัพธ์ และความเชื่อถือว่าไว้วางใจได้ ส่งผลต่อความพึงพอใจมากที่สุด ดังนั้นบริษัทห้องเย็นอุตรดิตถ์จำกัดควรเน้นกลยุทธ์ผลลัพธ์ที่ สามารถสร้างความเชื่อถือว่าไว้วางใจให้กับลูกค้าได้ จะสามารถเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาดได้มากขึ้น เนื่องจากตัวแปรดังกล่าวทำให้เกิดการบอกต่อ และชักชวนคนรู้จักให้มาใช้บริการ เช่น การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ได้รับการรับรองมาตรฐาน มีรสชาติที่อร่อยถูกปาก ควรมีสินค้าทดลองแจกให้กับลูกค้า หรือเปิดบูธการปรุงผลิตภัณฑ์ให้ลูกค้าได้ทดลองชิม หรือการแนะนำเมนูหรือวิธีการปรุงสุกสินค้าให้ได้คุณภาพ มาตรฐานและได้รสชาติอร่อย

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งต่อไปอาจการศึกษาถึงกลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของบริษัท ห้องเย็นอุตรดิตถ์ เพื่อนำข้อมูลมาประยุกต์ใช้ร่วมกัน ซึ่งจะทำให้เกิดประโยชน์ในเชิงกลยุทธ์ นอกจากนี้ อาจ ทำการศึกษาภาพรวมของธุรกิจ จะทำให้ได้ข้อมูลในมุมของคู่แข่งมากขึ้น หรือมองเห็นภาพของตลาด ส่วนกลางชัดเจนขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กฤษฎิกา คงสมพงษ์. (2561). การตลาดบริการในพหุวัฒนธรรม เล่ม 1. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จันทรัฐจิ มาคโอสถ. (2560). ส่วนประสมการตลาดในมุมมองของลูกค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่านสื่อเว็บไซต์ LAZADA Thailand (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ธีรกีติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (2563). การตลาดบริการ. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นภดล รมโพธิ์. (2554). หนังสือรวบรวมบทความการวัดความพึงพอใจลูกค้าและความพึงพอใจพนักงาน. กรุงเทพฯ: คณะบุคคลอิเล็กทรอนิกส์.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2563). อาหารแช่แข็งพร้อมทาน เก็บและอุ่นอย่างถูกต้อง ยังอร่อย และมีคุณค่าอาหารเหมือนเดิม. สืบค้นเมื่อ 5 มกราคม 2565, จาก <https://www.prachachat.net/advertorial/news-520817>
- พนิตสุภา ธรรมประมวล. (2563). การตลาดบริการ. กรุงเทพฯ: บริษัท พี.เอ.ลิฟวิ่ง จำกัด.
- ภัสสร ธนาสุวิชากร. (2563). คุณภาพการให้บริการร้านอาหารครัวไม้ไผ่. วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, 12(1), 86.
- รุ่งโรจน์ จีระพัฒน์กุล. (2560). อิทธิพลของคุณภาพการให้บริการ คุณค่าที่รับรู้ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในการใช้บริการร้านอาหารเพื่อสุขภาพในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วิภาวดี ปานอินทร์. (2559). การศึกษาการขยายตลาดอาหารทะเลแช่แข็งไปยังตลาดจังหวัดสระแก้ว (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2563). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2554). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สุพรรณิ อินทร์แก้ว. (2550). การตลาดธุรกิจบริการเฉพาะอย่าง. กรุงเทพฯ: ธนาเพลส.
- อาภาภรณ์ นิยมธรรม. (2559). คุณภาพการบริการที่มีผลต่อความภักดีของลูกค้าธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) สาขาไอเซี่ยนชุมพร. (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Posttoday. (2560). 4 ปัจจัย คนไทยกินข้าวนอกบ้าน. สืบค้น 5 มกราคม 2565, จาก <https://www.posttoday.com/economy/news/519682>
- SME in Focus. (2563). เมื่อผู้บริโภคต้องการอาหารที่มีนวัตกรรมและปลอดภัย. สืบค้น 5 มกราคม 2565, จาก <https://www.bangkokbanksme.com/en/consumers-innovative-safe-food>
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: The Millennium Edition*. New Jersey: Prentice–Hall.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2006). *Principles of marketing*, (11th Ed.). New Jersey: Prentice–Hall.

การเปรียบเทียบภาวะผู้นำด้านการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของคนเจนเนอเรชั่น ซี

Comparison of Generation Z Creative Problem Solving Leadership

ฉัตรพร เพ็ชรล้ำ¹, เพชรรัตน์ วิริยะสีบพงศ์², ศรัญญา แสงลิมสุวรรณ³ และ ณฤดี พรหมสุวรรณ⁴
Chatporn Petchlam¹, Petcharut Viriyasuebphong², Sarunya Sangelimswan³
and Naruedee Promsuwan⁴

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา^{1,2,3,4}

Burapha Business School, Burapha University, Thailand^{1,2,3,4}

E-mail: ¹Petchlam147@hotmail.com; ²Phetchalas@go.buu.ac.th; ³sarunyas@go.buu.ac.th; ⁴naruedee6@gmail.com

Retrieved August 22, 2022; Revised November 28, 2022; Accepted December 8, 2022

DOI: 10.14456/jappm.2022.23

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยบทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่องอิทธิพลของภาวะผู้นำที่มีผลต่อความคิดในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของคนเจนเนอเรชั่น ซี: กรณีศึกษา นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา 1) เพื่อศึกษาภาวะผู้นำของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น ซี 2) เพื่อเปรียบเทียบภาวะผู้นำด้านการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น ซี ประชากรที่ศึกษาคือนิสิตระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 – 4 ปีการศึกษา 2562 มหาวิทยาลัยบูรพา มีจำนวนประชากร 26,691 คน จึงดำเนินการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีคำนวณขนาดตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากรตัวอย่างโดยใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973) โดยกำหนดให้มีความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 จำนวน 413 คน สถิติที่ใช้คือสถิติเชิงพรรณนาหาความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และเปอเซ็นไทล์ สถิติเชิงอนุมานคือ One Way ANOVA

ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มคนเจนเนอเรชั่น ซี มีระดับพฤติกรรมรูปแบบภาวะผู้นำแบบมีแนวทางร่วมกัน พฤติกรรมรูปแบบภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และพฤติกรรมรูปแบบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 โดยรวมอยู่ในระดับสูง ประกอบไปด้วย ภาวะผู้นำแบบมีแนวทางร่วมกัน คิดเป็นร้อยละ 3.98 ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ คิดเป็นร้อยละ 3.89 และ ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 คิดเป็นร้อยละ 3.82 ตามลำดับ 2) ผลการเปรียบเทียบความคิดในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ พบว่า รูปแบบภาวะผู้นำของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น ซี ที่ต่างกันจะมีความคิดในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: รูปแบบภาวะผู้นำ; ความคิดในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์; กลุ่มคนเจนเนอเรชั่น ซี

Abstract

This Article is part of the thesis on the Effect of leadership on creative problem solving of Generation Z: a case of Burapha University students. aimed to study Comparison of Generation Z Creative Problem Solving Leadership. Objectives: 1) To study Leadership within Generation Z 2) To study To compare the ideas of creative problem solving. The subjects were taken from 1st – 4th year undergraduate students, Academic Year 2019 With a population of 26,691 people, the sample size was determined using a known sample size calculation method using Taro Yamane's formula (Taro Yamane, 1973), which was determined to have 95% confidence intervals. Acceptable not more than 5% of 413 People The statistical tools used in inferential statistics are one-way analysis of variance (ANOVA).

Results were 1) The people of Generation Z had a level of behavioral style of shared leadership style ($\bar{X}$ = 3.98) level of creative leadership behavior ($\bar{X}$ = 3.89) and the overall level of strategic leadership behavior in the 21st century ($\bar{X}$ = 3.82) is high. 2) The results of the comparison of creative problem-solving ideas found that the leadership styles of different Generation Z had no difference in creative problem-solving thinking at the statistical significance level of 0.05

Keywords: leadership style; creative problem solving ideas; Generation Z

บทนำ

ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีพัฒนาและเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วส่งผลทำให้เด็กเจนเนอเรชั่น ซี มีพฤติกรรมและความคิดแปลกไปจากคนรุ่นก่อน ๆ มีรายงานจากเว็บไซต์ Brand Buffet 7 อินไซด์ เข้าใจ GEN Z จาก Search Trend ของ Google พบว่า ในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา จำนวนครั้งของการค้นหาคำว่า Generation Z เติบโตขึ้นอย่างมาก และยังมีแนวโน้มสูงขึ้นต่อเนื่องเมื่อเทียบกับ Generation อื่น สะท้อนถึงความสำคัญ และความน่าสนใจของคนกลุ่มนี้ ด้วยพฤติกรรมและทัศนคติที่ค่อนข้างซับซ้อน ประกอบกับเป็นกลุ่มที่กำลังก้าวเข้าสู่วัยแรงงาน และพฤติกรรมเฉพาะตัวที่แตกต่างจากคนรุ่นก่อน ๆ ทั้งรูปแบบไลฟ์สไตล์ และการใช้จ่ายใช้สอย เพราะเป็นวัยที่เติบโตขึ้นมาพร้อมกับเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้แบรนด์หรือนักการตลาดที่สามารถเข้าใจคนกลุ่มนี้ได้เป็นอย่างดีและรอบด้าน จะมีโอกาสสูงในการขยายฐานลูกค้ามาเป็นแบรนด์ในใจคนกลุ่มนี้ได้สูงมากขึ้น จากผลสำรวจของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ สสว. กล่าวว่าผู้ประกอบการรุ่นใหม่ มีแนวโน้มเติบโตในระดับสูงได้อย่างต่อเนื่อง โดยอายุของผู้เริ่มทำธุรกิจได้กล้งเรื่อย ๆ จากแต่ก่อนคนจะเริ่มประกอบธุรกิจในช่วงอายุ 19–20 ปี แต่ในปัจจุบันเริ่มเห็นเพียงเด็ก 14–15 ปี ทำธุรกิจกันอย่างจริงจัง แต่อย่างที่เราทราบกันดีว่าในการที่จะประกอบธุรกิจนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย ได้มีข้อมูลจากเว็บไซต์ของ Top Business degree.net รายงานว่ามีธุรกิจ

ขนาดย่อมที่ปิดตัวลงจากการเปิดกิจการภายใน 5 ปีแรกถึงร้อยละ 95 และยังมีอีกร้อยละ 50 ที่ปิดกิจการภายในระยะเวลา 1 ปี ผลการสำรวจจะพบว่าธุรกิจเพียงร้อยละ 9 เท่านั้นที่สามารถดำเนินกิจการต่อไปได้ในระยะเวลา 10 ปี จากปัญหาข้างต้นปฏิเสธไม่ได้ว่าสาเหตุที่สำคัญที่ทำให้ธุรกิจไปต่อไม่รอดก็คือเรื่องภาวะผู้นำ และ ความคิดสร้างสรรค์

ในยุคปัจจุบันใครที่สามารถสร้างความแตกต่างได้ก็จะสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้ ดังนั้นจากความสำคัญในเรื่องของความคิดสร้างสรรค์และภาวะผู้นำโดยบทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์เรื่องอิทธิพลของภาวะผู้นำที่มีผลต่อความคิดในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของคนเจนเนอเรชั่น ซี : กรณีศึกษา นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการเปรียบเทียบภาวะผู้นำด้านการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของคนเจนเนอเรชั่น ซี โดยจะทำการศึกษากับนิสิตปริญญาตรีชั้นปีที่ 1-4 ปีการศึกษา 2562 ซึ่งได้กรุ่นนี้จัดอยู่ในกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น ซี ที่กำลังจะก้าวเข้าสู่วัยทำงานหรืออยู่ในช่วงที่มีความคิดริเริ่มที่จะประกอบธุรกิจ เพื่อเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มคนยุคใหม่ ซึ่งผลการศึกษาจะมีประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตประจำวันในแง่ของการเรียนรู้ในการที่จะปฏิบัติตนให้เหมาะสมกับผู้อื่นทั้งต่อครอบครัวและในที่ทำงาน อีกทั้งยังมีประโยชน์ต่อการวางแผนธุรกิจในมุมมองของการปฏิบัติงาน การออกแบบแนวทางในการแก้ไขปัญหาได้อย่างเหมาะสม รวมไปถึงการสร้างแนวทางใหม่ ๆ ในการทำงานอย่างสร้างสรรค์และนำไปสู่ความสำเร็จ ซึ่งจะทำให้วัยรุ่นกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น ซี ที่กำลังจะก้าวเข้าสู่วัยทำงานในอนาคตได้เติบโตไปเป็นผู้นำที่มีประสิทธิภาพในสังคมและเพื่อเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนานิสิตให้มีศักยภาพ สามารถคิดแก้ปัญหาได้อย่างสร้างสรรค์ อันเป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติต่อไปโดยเหตุผลที่ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเพราะเด็กกลุ่มนี้เป็นกลุ่มที่กำลังจะเข้ามาสู่วัยแรงงาน (First Jobber) เริ่มมีรายได้เป็นของตัวเอง และมีกำลังในการจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการต่าง ๆ กลายเป็นอีกหนึ่งกำลังซื้อหลักของประเทศ จึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงความคิด ลักษณะนิสัย หรือพฤติกรรมของเด็กกลุ่มนี้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบุคลากรในประเทศให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น ซี
2. เพื่อเปรียบเทียบภาวะผู้นำด้านการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น ซี

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับ Generation Z

เจนเนอเรชั่น Z (Daniel Burrus, 2016) คือ กลุ่มคนที่เกิดระหว่างปี ค.ศ. 1995 ถึง 2010 หรือปี พ.ศ. 2538-2553 เป็นผู้ที่เกิดมาพร้อมทางด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัยส่งผลให้การติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งในอนาคตบุคคลเหล่านี้จะมีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและเศรษฐกิจอย่างเห็นได้ชัด จะเป็นตัวกำหนดการใช้เทคโนโลยีของรุ่นอื่น ๆ เนื่องจากเจริญเติบโต

มาพร้อมกับ ดิจิทัล มีการใช้และพึ่งพาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ (วฤตดา วรอาคม, 2557) ที่กล่าวไว้ว่า เจนเนอเรชั่น ซี เป็นช่วงที่มีความซับซ้อนวุ่นวายและยุคของความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ เป็นยุคที่เด็กทั่วโลกมีอะไรหลาย ๆ อย่างที่คล้ายคลึงกัน เนื่องจากเทคโนโลยีการสื่อสารทำให้เกิดการเชื่อมโยงกันได้ง่ายและรวดเร็ว เกิดการยอมรับและเรียนรู้วัฒนธรรมที่หลากหลายทั้งในเรื่องภาษาและเชื้อชาติเกิดความคิด ทักษะ ทักษะ ทักษะ เจนเนอเรชั่น ซี มีทักษะในการสื่อสารค่อนข้างต่ำ เนื่องจากมีพฤติกรรมการเรียนรู้และศึกษาทุกข้อสงสัยผ่านอินเทอร์เน็ตมากกว่าการพูดคุย สื่อสารกับคนรอบข้าง

2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับความคิดสร้างสรรค์

ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) มีผู้นิยามความหมายไว้แตกต่างกันหลากหลายโดยงานวิจัยนี้ได้ศึกษาตามแนวคิดของ Guilford (1980) อ้างอิงมาจากบทความเรื่อง Cognitive Styles : What are they?. Journal of Educational and Psychological ที่ได้อธิบายไว้ว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นรูปแบบของความคิดของมนุษย์ที่หลากหลายกล่าวคือ บุคคลสามารถคิดเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้หลากหลายแง่มุมมอง หลายประเด็น ขยายออกไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุดเป็นความคิดเชิงบวก เช่นการคิดค้นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ การคิดแก้ปัญหา การหาแนวทางเพื่อบรรลุความต้องการ และได้อธิบายความสามารถทางสมองของมนุษย์ออกเป็น 3 มิติ ดังนี้ มิติที่ 1 เนื้อหา คือ มิติแทนข้อมูลหรือสิ่งเร้าที่เป็นสื่อในการคิดที่สมองรับเข้าไปแล้วก่อให้เกิดความคิดหรือความรู้สึก มิติที่ 2 วิธีการคิด คือ มิติที่แสดงกระบวนการปฏิบัติงาน กระบวนการคิดของสมอง มิติที่ 3 ผลของการคิด คือ มิติที่แสดงถึงผลที่ได้รับจากการใช้ความสามารถในการทำงานเมื่อสมองได้รับข้อมูลจากมิติที่ 2 และใช้ความสามารถในการตอบสนองต่อสิ่งเร้างาน นอกจากนี้เพื่อให้เข้าใจคำนิยามและความหมายของความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมการให้ความหมายของความคิดสร้างสรรค์โดยได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ ดังนี้

De Bono (1970) ความคิดสร้างสรรค์หมายถึง ความสามารถในการคิดนอกกรอบ (Lateral Thinking) เพื่อสร้างแนวความคิดใหม่ ที่จะนำมาใช้แก้ปัญหาได้หลาย ๆ แนวคิด และ แนวคิดเหล่านี้ออกไปพัฒนาต่อเพื่อให้สามารถใช้แก้ปัญหาที่ต้องการได้

Torrance (1974) ความคิดสร้างสรรค์หมายถึง กระบวนการของความรู้สึกไวต่อ ปัญหา หรือสิ่งที่ขาดหายไป และรวบรวมความคิด ตั้งข้อสมมุติฐาน แล้วจึงรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เพื่อทดสอบสมมุติฐานที่ตั้งไว้จนเกิดการแก้ปัญหา แล้วเผยแพร่ผลผลิตที่ได้

สุวิทย์ มูลคำ (2547) ความคิดสร้างสรรค์หมายถึง กระบวนการทางปัญญาที่สามารถขยายขอบเขตความคิดที่มีอยู่เดิมสู่ความคิดแปลกใหม่แตกต่างไปจากความคิดเดิม และเป็น ความคิดที่ใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม

จากการทบทวนวรรณกรรมสรุปได้ว่าความคิดสร้างสรรค์หมายถึง กระบวนการคิดเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ หรือนวัตกรรมใหม่ ๆ บุคคลสามารถคิดเรื่องใดเรื่องหนึ่งได้หลากหลายแง่มุมมอง หลายประเด็น ขยายออกไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุดเป็นความคิดเชิงบวก เช่นการคิดค้นสิ่งประดิษฐ์ใหม่ การคิดแก้ปัญหา การหาแนวทางเพื่อบรรลุความต้องการ

3. การแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์

การแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (Creative Problem Solving) หรือ CPS ถูกพัฒนาขึ้นโดย อเล็กซ์ เอฟ. ออสบอร์น (Osborn, 1966) จาก Creative Education Foundation นักจิตวิทยาผู้เชี่ยวชาญทางด้านการศึกษาด้านความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเขามีความสงสัยเกี่ยวกับความสามารถในการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของคนในองค์กร เขาจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับจินตนาการ ของมนุษย์ และได้ทำการคิดค้นและรวบรวมกระบวนการเกี่ยวกับการพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ไว้ดังนี้

สิทธิชัย ชมพูพาทย์ (2554) การแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ หมายถึง ขั้นตอนของการบรรลุความต้องการ หรือวัตถุประสงค์โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ และความคิดวิจารณ์ญาณ

ศิริพร ศรีตาพร (2554) ความคิดสร้างสรรค์กับการแก้ปัญหา เป็นการแก้ปัญหาด้วยผลงานที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ย่อมจะหมายถึงวิธีการแก้ไขปัญหที่เป็นวิธีการ ที่ยังไม่มีใครเคยทำมาก่อน หรือเป็นวิธีการแก้ไขปัญหที่แปลกแตกต่างจากที่วิธีอื่นที่เคยทำกันมา หรือเป็นวิธีการแก้ไขปัญหในเชิงบวก คือเกิดประโยชน์มากกว่าวิธีที่เคยทำนั่นเอง

จากแนวคิดและทฤษฎีของนักจิตวิทยาและนักการศึกษาหลายท่าน และนำมาใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ของเขา ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการคิดเชิงออกแบบของ D. school มหาวิทยาลัย Stanford มี 5 กระบวนการ ได้แก่ Empatize, Define, Ideate, Prototype และ Test ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการที่ 3 คือ การระดมความคิด (Ideate) เพื่อกระตุ้นความสามารถในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของเพื่อนร่วมงานในองค์กร และก่อตั้ง สถาบันการแก้ปัญหาเชิงสร้างสรรค์ (Creative Problem Solving Institute; CPSI) ขึ้นที่เมือง บัฟฟาโล มลรัฐนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา ในปีค.ศ.1959 จากนั้นรูปแบบการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (CPS) ที่ ออสบอร์น สร้างขึ้นนี้จึงเป็นที่สนใจและได้รับการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง (Isaksen, 2011)

จากการรวบรวมข้อมูลและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องในเรื่อง เจเนอเรชั่น ความคิดสร้างสรรค์ และการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ ผู้วิจัยมีความเชื่อว่าเรื่องดังกล่าวแล้วมีความเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะ พฤติกรรม การแสดงออก ซึ่งแต่ละคนจะแสดงออกมาไม่เหมือนกันเนื่องจากประสบการณ์ที่เจอมาในช่วงชีวิตแตกต่างกัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้สนใจศึกษาเรื่องรูปแบบภาวะผู้นำเพราะเรื่องดังกล่าวมีความสัมพันธ์กันในด้านความคิดและการแสดงออกทางพฤติกรรม ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นที่จะต้องมีการศึกษาและพัฒนาอยู่ตลอด เนื่องจากยุคศตวรรษที่ 21 นี้เป็นยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาจึงส่งผลให้รูปแบบภาวะผู้นำในอดีตไม่สามารถใช้ได้ดีกับเด็กรุ่นใหม่รวมไปถึงเด็กรุ่นเก่าก็ต้องมีการเรียนรู้และปรับตัวเพื่อให้เข้ากับสังคมและยุคสมัยที่เปลี่ยนไป

4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำ

ภาวะผู้นำแบบมีแนวทางร่วมกัน (Inclusive Leadership)

พนิดา ไชยแก้ว (2559) ได้ให้ความหมายของคำว่า Inclusive Leadership ไว้ว่า เป็นแนวทางหรือพฤติกรรมของผู้นำที่ใช้ในการบริหารความหลากหลายในที่ทำงานให้เกิดแนวทางร่วมกัน มุ่งหวังไปในทิศทางเดียวกันภายใต้การเคารพความแตกต่างลักษณะเฉพาะบุคคลและคุณค่าของแต่ละบุคคลเพื่อให้เกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มโดยรับฟังเสียงความคิดเห็นในการตัดสินใจและมีความเป็นธรรมอย่างทั่วถึงจึงจะเป็น Inclusive Leader ที่ดีและต้องสร้างภาวะผู้นำแบบร่วมกันในระดับบุคคลเพื่อให้สมาชิกทำงานร่วมกันภายใต้ความแตกต่างอย่างมีความสุข ถือเป็นการพัฒนาภาวะผู้นำแบบทั่วทั้งองค์กรให้เกิดประสิทธิภาพทั้งระดับบุคคลและองค์กร นั่นคือ “ภาวะผู้นำแบบสร้างแนวทางร่วมกัน”

หลังจากทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยได้พิจารณาองค์ประกอบของภาวะผู้นำแบบมีแนวทางร่วมกัน พบว่างานวิจัยของ (Bernadette Dillon & Juliet Bourke, 2016) มีองค์ประกอบที่ครอบคลุมงานวิจัยอีก 2 เรื่องข้างต้นผู้วิจัยจึงขอใช้องค์ประกอบภาวะผู้นำแบบมีแนวทางร่วมกันข้างต้น 6 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1. ความมุ่งมั่นต่อแนวคิด IL (Commitment) 2. ความกล้า (Courage) 3. การไม่มีอคติ (Cognizance of bias) 4. การอยากรู้อยากเห็น (Curiosity) 5. การเข้าใจแนวคิดด้านวัฒนธรรม (Cultural Intelligence) 6. ความร่วมมือ (Collaboration)

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ (Creative Leadership)

ในยุคเริ่มต้นของศตวรรษที่ 21 จนถึงยุคปัจจุบัน โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีอิทธิพลอย่างมากต่อการบริหารจัดการองค์การสมัยใหม่ สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วและความสลับซับซ้อนมากขึ้นการแก้ปัญหาแบบเดิม ๆ มักจะใช้ไม่ได้ผล จึงได้มีความพยายามที่จะพัฒนารูปแบบภาวะผู้นำที่มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น โดยได้ตระหนักถึงความสำคัญของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ (creative leadership) โดยมีแนวคิดของนักวิชาการ 2 กลุ่มด้วยกัน คือ กลุ่มแรก กล่าวในเรื่องเกี่ยวกับการนำ (leading) คือการนำเชิงสร้างสรรค์ ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์เป็นความสามารถในการนำผู้อื่นด้วยวิธีการใหม่ ๆ อย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน เพื่อให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ กลุ่มที่สองกล่าวถึงเรื่องเกี่ยวกับการประสานงาน (connecting) ซึ่งเป็นการประสานงานหรือกระตุ้นให้เกิดความสร้างสรรค์ เป็นความสามารถในการประสานงานกับคนอื่น ๆ ให้สามารถทำงานร่วมกันและสร้างแรงจูงใจเพื่อนำไปสู่แนวคิดที่สนับสนุนความคิดเห็นที่แตกต่างกันในเชิงสร้างสรรค์ (กิตติกาญจน์ ปฏิพันธ์, 2555)

หลังจากทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยสรุปองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ได้จำนวน 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ จินตนาการ (imagination) ความยืดหยุ่น (flexibility) วิสัยทัศน์ (vision) การไว้วางใจ (Trust) และการแก้ปัญหา (problem solving)

ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 (Strategic Leadership in century 21)

ด้วยกระแสโลกาภิวัตน์ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคศตวรรษที่ 21 นี้ส่งผลกระทบอย่างยิ่งต่อทั้งองค์การและประเทศชาติ โดยในยุคปัจจุบันที่สิ่งต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การบริหารโดยผู้บริหารเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ ดังนั้นผู้บริหารรวมถึงบุคลากรต้องปรับเปลี่ยนวิธีและควมมีรูปแบบของภาวะผู้นำในการบริหารงาน ซึ่งภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (Strategic leadership) เป็นเรื่องสำคัญที่จะนำพาสถานศึกษาไปสู่ความสำเร็จภายใต้วิสัยทัศน์และเป้าหมายเดียวกัน

หลังจากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยได้สังเคราะห์ความหมาย แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ผู้วิจัยสรุปได้ว่า ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 นั้นมีประเด็นที่น่าสนใจที่จะศึกษาอยู่หลายประเด็นและมีความสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบันโดยผู้วิจัยพิจารณาจากองค์ประกอบที่มีความถี่สูงที่สุดคือ 10 ในงานวิจัยนี้จึงเลือกใช้ความถี่ตั้งแต่ 4 ขึ้นไป ได้องค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 จำนวน 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1.การกำหนดทิศทาง (Direction) 2.วิสัยทัศน์ (Vision) 3.การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiring) 4.ความคิดสร้างสรรค์ (Creative thinking) 5.ความยืดหยุ่น (Flexibility) ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Ireland & Hitt (1999) ที่ได้กล่าวว่าภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 จะต้องสร้างควมมีประสิทธิผลและควมมีคุณภาพขององค์การระหว่างความควบคุมที่เน้นความยืดหยุ่นและการริเริ่มใหม่ ๆ ที่มุ่งผลระยะสั้นและระยะยาว และสอดคล้องกับ มันทนา กองเงิน (2554) ได้กล่าวว่าภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (Strategic leadership) หมายถึงการเป็นผู้ที่สามารถคาดการณ์ มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความยืดหยุ่น และสามารถนำวิสัยทัศน์ไปสู่การปฏิบัติ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การ

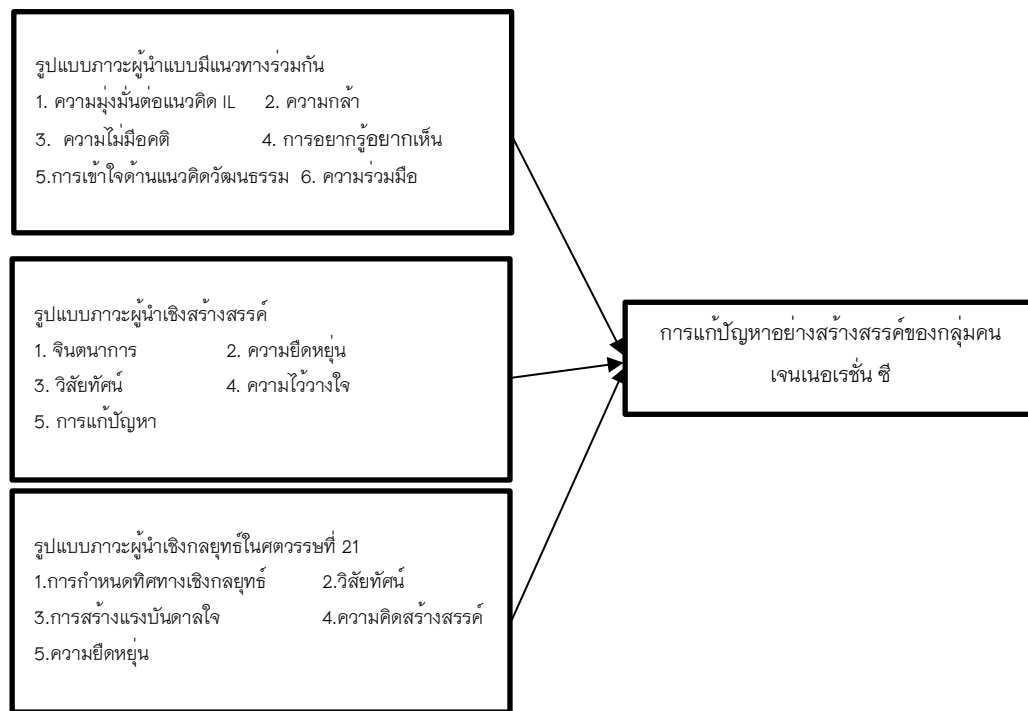
กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมนำมาสู่กรอบแนวคิด ทฤษฎี ตามเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของช่วงวัย (Generation) และรูปแบบภาวะผู้นำที่มีอิทธิพลต่อ ความคิดสร้างสรรค์ (Creative thinking) ที่นำไปสู่การแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ (Creative Problem Solving : CPS) ผู้วิจัยสรุปได้ว่าในแต่ละแนวคิดนั้นมีความสัมพันธ์และสอดคล้องกันคือต้องการที่จะพัฒนาคนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จึงขอเสนอเส้นทางความสัมพันธ์เชิงทฤษฎี ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ภาพแสดงเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของช่วงวัยและรูปแบบภาวะผู้นำที่มีผลต่อความคิดสร้างสรรค์

จากภาพที่ 1 แสดงเส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของช่วงวัยและรูปแบบภาวะผู้นำ จึงทำให้ผู้วิจัยศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบภาวะผู้นำของกลุ่มคน เจนเนอเรชั่น ซี ที่มีผลต่อความคิดในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตบางแสน ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรม รวบรวมข้อมูล สังเคราะห์ข้อมูล ข้างต้นผู้วิจัยจึงได้แสดงเส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งหมดออกมา เป็นกรอบแนวคิด ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย การเปรียบเทียบภาวะผู้นำด้านการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของคน เจนเนอเรชั่น ซี

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และแบบทดสอบ กับกลุ่มเป้าหมาย มีกระบวนการศึกษา ดังนี้

1. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือกลุ่มคน เจนเนอเรชั่น ซี ที่เกิดช่วงปีพ.ศ. 2538–2544 ที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีปี 1–4 ปีการศึกษา 2562 มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตบางแสน เนื่องจากทราบจำนวนที่แน่นอน (Actual Population) จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีคำนวณขนาดตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากรตัวอย่างโดยใช้สูตรของ (Taro Yamane, 1973) โดยกำหนดให้มีความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ไม่เกิน 5% สูตรการคำนวณ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+(N)(e)^2}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน ขนาดของประชากร

e แทน ค่าคลาดเคลื่อน

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นิสิตระดับปริญญาตรีปี 1 - 4 ในมหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขต บางแสน ปีการศึกษา 2562 จำนวนทั้งสิ้น 26,691 คน ความคลาดเคลื่อน 0.05 แทนค่าในสูตร ดังนี้

$$n = \frac{26,691}{1 + (26,691)(0.05)^2}$$

$$= 394 \text{ คน}$$

ได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 394 คน และเพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างอีก 5% เท่ากับ 19 คน เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนั้นขนาดของกลุ่มตัวอย่าง สำหรับการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 413 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนดคือไม่น้อยกว่า 394 คน

ลักษณะคำถามในแบบประเมินทั้งหมดเป็นแบบเลือกตอบ แบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) มีเกณฑ์การพิจารณาเลือกตอบแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ สูงมาก สูง ปานกลาง ต่ำ ต่ำมาก ตามรูปแบบของ Likert's scale โดยวิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม ไปตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา เพื่อตรวจสอบโครงสร้างของแบบสอบถาม ไปศึกษาหาความเที่ยงตรงของข้อมูล (Validity) โดยนำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาจำนวน 5 ท่าน มีค่า IOC และค่าความเชื่อมั่น ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าความ เที่ยงตรง (IOC)	ค่าความ เชื่อมั่น (แอลฟา)	ผลที่ได้
รูปแบบภาวะผู้นำแบบมีแนวทางร่วมกัน (18 ข้อ)	0.75	0.915	ผ่านเกณฑ์
รูปแบบภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ (13 ข้อ)	0.65	0.902	ผ่านเกณฑ์
รูปแบบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (13 ข้อ)	0.69	0.892	ผ่านเกณฑ์

สรุปได้ว่า ผลของค่าความเที่ยงตรงของแบบประเมินมีค่า IOC ที่ได้้อยู่ระหว่าง 0.65 – 0.75 ซึ่งหมายความว่า ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ได้ทำการพิจารณาแบบทดสอบแล้วสามารถนำไปใช้ได้และเมื่อนำแบบประเมินไปทดสอบกับกลุ่มทดลอง 30 ชุด มีค่าสัมประสิทธิ์ของคอนบราคอยู่ 0.892 – 0.915 ซึ่งหมายความว่าแบบประเมินผ่านตามเกณฑ์ของ Nunnally (1978)

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาภาวะผู้นำของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น ซี ระดับภาวะผู้นำแบบมีแนวทางร่วมกันของคนเจนเนอเรชั่น ซี โดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า พฤติกรรมด้านความกล้าของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับแรกอยู่ที่ 4.08 รองลงมา คือด้านความร่วมมือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 รองลงมา คือด้านความมุ่งมั่นต่อแนวคิด IL มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 รองลงมา คือด้านการเข้าใจแนวคิดวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99 รองลงมา คือด้านการไม่มีอคติ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97 และอันดับสุดท้าย คือด้านความอยากรู้อยากเห็น มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ 3.76

รูปแบบภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์พบว่าระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของคนเจนเนอเรชั่น ซี โดยรวมอยู่ในระดับสูงมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า พฤติกรรมด้านการไว้วางใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.13 รองลงมาเป็นด้านความยืดหยุ่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87 รองลงมาเป็นด้านการแก้ปัญหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.84 รองลงมาเป็นด้านวิสัยทัศน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.82 และลำดับสุดท้ายคือ ด้านจินตนาการมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ 3.77

ระดับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของคนเจนเนอเรชั่น ซี โดยรวมอยู่ในระดับสูงมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.82 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า พฤติกรรมด้านวิสัยทัศน์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 3.91 รองลงมาเป็นด้านความยืดหยุ่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87 รองลงมาเป็นด้านการสร้างแรงบันดาลใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 รองลงมาเป็นด้านการกำหนดทิศทาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 และลำดับสุดท้ายคือด้านความคิดสร้างสรรค์มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ 3.75

2. ผลการศึกษาการเปรียบเทียบภาวะผู้นำด้านการแก้ปัญหาย่างสร้างสรรค์ของคนเจนเนอเรชั่น ซี พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดในการแก้ปัญหาย่างสร้างสรรค์แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยของความคิดในการแก้ปัญหาย่างสร้างสรรค์ของคนเจนเนอเรชั่น ซี จำแนกตามภาวะผู้นำ พบว่ามีค่า p-value อยู่ที่ 0.30 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่ารูปแบบภาวะผู้นำของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น ซี ที่ต่างกันจะมีความคิดในการแก้ปัญหาย่างสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความคิดในการแก้ปัญหาย่างสร้างสรรค์ของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น ซี จำแนกตาม ภาวะผู้นำ

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ระหว่างกลุ่ม	3.692	2	1.846	3.541	0.30
ภายในกลุ่ม	213.756	410	.521		
รวม	217.448	412			

จากตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของค่าเฉลี่ยของความคิดในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของคนเจนเนอเรชั่น ซี จำแนกตามภาวะผู้นำ พบว่ามีค่า p -value อยู่ที่ 0.30 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 หมายความว่ารูปแบบภาวะผู้นำของกลุ่มคนเจนเนอเรชั่น ซี ที่ต่างกันจะมีความคิดในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการเปรียบเทียบภาวะผู้นำด้านการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของคนเจนเนอเรชั่น ซี พบว่ารูปแบบภาวะผู้นำแบบมีแนวทางร่วมกัน รูปแบบภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ และรูปแบบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ ในศตวรรษที่ 21 มีความคิดในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ไม่แตกต่างกัน โดยภาวะผู้นำแบบมีแนวทางร่วมกัน ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ และภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 มีความคิดในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์โดยรวมแล้วไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยผลการศึกษาได้อ้างอิงมาจากวารสารกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กรในบทความเรื่อง อิทธิพลของภาวะผู้นำที่มีผลต่อความคิดในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของคนเจนเนอเรชั่น ซี : กรณีศึกษา นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา (ฉัตรพร และคณะ, 2565) พบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์สูงหลังจากที่ทำแบบทดสอบการวัดประสิทธิภาพการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 18.31 คะแนน กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 สูงหลังจากที่ทำแบบทดสอบการวัดประสิทธิภาพการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 18.40 คะแนน กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับภาวะผู้นำแบบมีแนวทางร่วมกันสูงหลังจากที่ทำแบบทดสอบการวัดประสิทธิภาพการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ที่ 16.95 คะแนน ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มคนเหล่านี้เกิดมาในยุคเดียวกันจึงทำให้มีลักษณะหรือแนวความคิดที่มีความใกล้เคียงกันส่งผลทำให้คนกลุ่มนี้มีความคิดและวิธีการแก้ปัญหาไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับ อะห์มัด ยี่สุนทร (2561) ที่พบว่าการเปรียบเทียบภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามจังหวัดปัตตานี จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานต่างกัน โดยภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นขนาดของโรงเรียนที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งขัดแย้งกับงานวิจัยของ อารี รังสินันท์ (2528) ที่พบว่านักเรียนที่มีระดับการศึกษาสูงกว่ามักมีระดับความคิดสร้างสรรค์ตั้งแต่สูงจนถึงต่ำ แต่คนที่มีระดับการศึกษาต่ำส่วนใหญ่จะมีความคิดสร้างสรรค์ต่ำสืบเนื่องมาจากในอดีตเด็กส่วนใหญ่จะศึกษาจากหนังสือและตำราเป็นส่วนใหญ่ซึ่งแตกต่างจากปัจจุบันที่เด็กสามารถศึกษาผ่านโลกออนไลน์ได้และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการศึกษามากกว่าในอดีตจึงอาจสาเหตุที่เด็กในยุคนี้มีความคิดที่ผิดแปลกไปจากเด็กรุ่นก่อน ๆ และมีวิธีการในการแก้ไขปัญหาก็ไม่แตกต่างกัน

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การเปรียบเทียบภาวะผู้นำด้านการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของคนเจนเนอเรชั่น ซีมีข้อค้นพบสำคัญในแง่มุมมองของพฤติกรรม ลักษณะนิสัย ความคิดของกลุ่มคน เจนเนอเรชั่น ซี พบว่า

ระดับภาวะผู้นำแบบมีแนวทางร่วมกันของคนเจนเนอเรชั่น ซี โดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า พฤติกรรมด้านความกล้าของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเป็นอันดับแรกอยู่ที่ 4.08 รองลงมา คือด้านความร่วมมือ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 รองลงมา คือด้านความมุ่งมั่นต่อแนวคิด IL มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 รองลงมา คือด้านการเข้าใจแนวคิดวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.99 รองลงมา คือด้านการไม่มีอคติ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.97 และอันดับสุดท้ายคือด้านความอยากรู้อยากเห็น มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ 3.76

รูปแบบภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์พบว่าระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของคนเจนเนอเรชั่น ซี โดยรวมอยู่ในระดับสูงมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.89 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า พฤติกรรมด้านการไว้วางใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 4.13 รองลงมาเป็นด้านความยืดหยุ่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87 รองลงมาเป็นด้านการแก้ปัญหา มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.84 รองลงมาเป็นด้านวิสัยทัศน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.82 และลำดับสุดท้ายคือ ด้านจินตนาการมีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ 3.77

ระดับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ในศตวรรษที่ 21 ของคนเจนเนอเรชั่น ซี โดยรวมอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.82 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า พฤติกรรมด้านวิสัยทัศน์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ที่ 3.91 รองลงมาเป็นด้านความยืดหยุ่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.87 รองลงมาเป็นด้านการสร้างแรงบันดาลใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 รองลงมาเป็นด้านการกำหนดทิศทาง มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 และลำดับสุดท้ายคือด้านความคิดสร้างสรรค์มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดอยู่ที่ 3.75

สรุปได้ว่าเด็กเจนเนอเรชั่น ซี กลุ่มนี้มีลักษณะที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีความคิดเป็นของตัวเองจึงทำให้การแก้ปัญหาแบบคนเดียวมันเด็กกลุ่มนี้อาจหาวิธีในการแก้ปัญหาได้ดีกว่าช่วยกันคิดหลายคน แต่พวกเขาก็ยังชื่นชอบการทำงานแบบเป็นทีมและไม่ชอบทำอะไรด้วยตัวคนเดียวเพราะเด็กกลุ่มนี้นั้นมีความอดทนที่ต่ำและมักจะตั้งคำถามกับสิ่งที่พวกเขาไม่รู้สึกลงท้ายซึ่งถ้าพวกเขารู้สึกว่ามันไม่มีเหตุและผลมากพอพวกเขาก็จะต่อต้านหรือไม่เชื่อฟังซึ่งผู้อ่านบทความสามารถนำความรู้ที่ได้จากบทความนี้ไปปรับใช้ในการเข้าใจ เด็กรุ่นใหม่ได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

การศึกษาวิจัยในบริบทของการเปรียบเทียบภาวะผู้นำด้านการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของคนเจนเนอเรชั่น ซี นี้พบว่าเด็กเจนเนอเรชั่น ซี กลุ่มนี้มีลักษณะที่มีความเป็นตัวของตัวเองสูง มีความคิดเป็นของตัวเองแต่ก็ต้องการที่จะทำอะไรกันเป็นกลุ่มและก็ชอบในการที่จะทำงานเป็นทีมจึงทำให้เด็กกลุ่มนี้มี

ความคิดในด้านการแก้ปัญหาโดยรวมนั้นไม่แตกต่างกันซึ่งจากผลการวิจัยนี้สามารถนำไปต่อยอดในงานวิจัยเชิงทดลองเพื่อให้ทราบถึงผลการวิจัยในเชิงลึกมากขึ้นอีกทั้งผู้บริหารขององค์กรหรือมหาวิทยาลัยสามารถนำผลการวิจัยไปปรับใช้ในการเรียน การสอน การปฏิบัติงาน เพื่อเป็นการส่งเสริมให้บุคลากรมีประสิทธิภาพทางความคิดในการแก้ปัญหาหรือสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ได้อย่างเหมาะสมเพื่อเป็นการส่งเสริมให้ประเทศชาติพัฒนาต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งได้ทำการเปรียบเทียบภาวะผู้นำด้านการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของคนเจนเนอเรชั่น ซี ในการศึกษาค้างต่อไปอาจใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต การทดลอง หรือการสร้างสถานการณ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลในเชิงลึกมากขึ้นซึ่งจะมีประโยชน์ต่อผู้บริหาร บุคลากรในองค์กร ก่อให้เกิดการเข้าใจความแตกต่างของบุคคลและส่งผลให้เกิดการพัฒนาทางด้านความคิดสร้างสรรค์ของบุคคลมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปเป็นแนวทางเพิ่มเติมสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

1. ศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบภาวะผู้นำกับ เจนเนอเรชั่นอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบความเหมือนหรือแตกต่าง และนำผลไปพัฒนาเครื่องมือเพื่อสร้างความเข้าใจและพัฒนาพฤติกรรมด้านภาวะผู้นำ
2. ควรมีการศึกษารูปแบบภาวะผู้นำอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อความคิดในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของบุคคล ซึ่งน่าจะมีข้อค้นพบอีกหลายประการที่มีประโยชน์ต่อการวิจัย ที่นำไปใช้ในการพัฒนาด้านการเรียนการสอน เพื่อเป็นการพัฒนาองค์กร บุคลากร และนิสิต
3. การวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตงานวิจัยเพิ่มเติมไปยังภาคตะวันออก ตะวันตกเหนือใต้ เพื่อให้เข้าใจถึงสภาพแวดล้อมและคุณลักษณะความแตกต่างของบุคคลที่ส่งผลต่อระดับความคิดในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์มากขึ้น
4. ควรมีการศึกษาและพัฒนาแบบประเมินความคิดในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของบุคคลให้เป็นมาตรฐาน และสร้างเกณฑ์มาตรฐาน เพื่อเป็นประโยชน์ในการบริหารองค์กรและการพัฒนาทรัพยากรบุคคลในประเทศไทยเพื่อให้เกิดความก้าวหน้าและพัฒนาให้เกิดนวัตกรรมใหม่ ๆ ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กิตติกาญจน์ ปฏิพันธ์. (2555). *โมเดลสมการโครงสร้างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาอาชีวศึกษา* (ดุสิตนิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ฉัตรพร เพ็ชรล้ำ และคณะ. (2565). อิทธิพลของภาวะผู้นำที่มีผลต่อความคิดในการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของคนเจนเนอเรชั่น ซี: กรณีศึกษา นิสิตมหาวิทยาลัยบูรพา. *วารสารกลยุทธ์และความสามารถทางการแข่งขันองค์กร*, 1(1), 32-43.

- มันทนา กองเงิน. (2554). *ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์กับการจัดการความขัดแย้งของผู้บริหารในสถานศึกษาชั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1* (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร
- พนิดา ไชยแก้ว. (2559). *อิทธิพลภาวะผู้นำของ generation Y ต่อความสำเร็จทางธุรกิจ: กรณีศึกษาผู้ประกอบการกลุ่ม generation Y ในประเทศไทย* (การศึกษานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริพร ศรีตาพร. (2554). *คู่มือวิเคราะห์ปัญหาอย่างเป็นระบบ*. กรุงเทพฯ: เบสบุค.
- วฤตดา วรอาคม. (2557). 5 อินไซด์เจเนอเรชั่นซี. *กรุงเทพธุรกิจ*. วันที่ 7 กรกฎาคม 2557.
- อะห์มัด ยี่สุนทร และรอชียะห์ ลาเต๊ะ. (2561). *ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาในโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม จังหวัดปัตตานี*. สืบค้นเมื่อ 23 เมษายน 2564, จาก <https://kb.psu.ac.th/psukb/handle/2016/12271>
- อารี รังสินนท์. (2532). *ความคิดสร้างสรรค์*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: แพร่พิทยา.
- สุวิทย์ มูลคำ. (2547). *กลยุทธ์การสอนคิดสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดภาพพิมพ์.
- สิทธิชัย ชมพูพาทย์. (2554). *การพัฒนาพฤติกรรมการเรียนการสอนเพื่อการแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ของครูและนักเรียนในโรงเรียนส่งเสริมนักเรียนที่มีความสามารถพิเศษทางวิทยาศาสตร์โดยใช้การวิจัยปฏิบัติการเชิงวิพากษ์* (วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Bernadette Dillon & Juliet Bourke. (2016). *The Six Signature Traits of Inclusive Leadership: Thriving in a diverse new world*. Deloitte University: Deloitte University Press.
- Brand Buffet. (2019). 7 อินไซด์ เข้าใจ GEN Z พร้อมกลยุทธ์เจาะกระเป๋ากลุ่มกำลังซื้อใหม่ ที่แค่เร็วไม่พอนานี้ก็ต้อง “ด่วน” เท่านั้น. สืบค้นเมื่อ 23 เมษายน 2564, จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2019/05/7-insights-gen-z-for-marketing/>
- Daniel Burrus. (2016). *Gen Z Will Change your world Again*. Retrieved June 11, 2021, from <https://www.linkedin.com/pulse/gen-z-change-your-world-again-daniel-burrus?articleId=9163029968568630812>
- De Bono. (1970). *Lateral Thinking: Creativity Step by Step*. Retrieved May 25, 2021, from <https://www.johnljerz.com/superduper/tlxdownloads/MAN/id965.html>
- Guiford, J.P. (1971). *The nature of Human Intelligence*. New York: McGraw-Hill.
- Guiford, J.P. (1980). Cognitive Styles : What are they?. *Journal of Educational and Psychological Measurement*, 40, 715–735.
- Ireland, R. D., & Hitt, M. A. (1999). Achieving and maintaining strategic competitiveness in the 21st century: The role of strategic leadership. *Academy of Management Perspectives*, 13(1), 43–57.

Isaksen, S. G. (2011). The Creative Climate: A Leadership Lever for Innovation. *Journal of Creative Behavior*, 45, 26–27.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory*. (2nd ed.). New York: McGraw–Hill.

Osborn, A.F. (1966). Warao I: Phonology and morphophonemics. *International Journal of American Linguistics*, 32, 108–123.

Torrance, E.P. (1974). *Torrance Tests of Creative Thinking*. New Jersey: Personnel Press.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row.

การเสริมสร้างความสมานฉันท์กับการแก้ไขวิกฤตความขัดแย้ง
ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

FOSTERING RECONCILIATION AND SOLVING THE CONFLICT

CRISIS IN THE THREE SOUTHERN BORDER PROVINCES

ประสงค์ โตนด¹, ฐิติมา โหล่ายอง², รัชยา ภัคดีจิตต์³ และ สุเชาว์วัน มีหนองหว้า⁴

Prasong Tanod¹, Thitima Holumyong², Rachaya Pakdeejit³ and Suchao Meenongwah⁴

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์^{1,2,3,4}

College of Innovation Management Rajamagala University of Technology Rattanakosin, Thailand^{1,2,3,4}

E-mail: ¹prasong.tanod@yahoo.com

Retrieved September 6, 2022; Revised October 12, 2022; Accepted November 2, 2022

DOI: 10.14456/jappm.2022.24

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อศึกษาสาเหตุความขัดแย้งใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ในอดีตและปัจจุบัน เพื่อศึกษาความขัดแย้งที่เครือข่ายบุคคลได้รับผลกระทบในปัจจุบันและเพื่อศึกษาแนวทางการเสริมสร้างความสมานฉันท์ ระเบียบวิธีการวิจัยการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย 1.การวิจัยเอกสาร เป็นการศึกษางานวิจัยของนักวิชาการ เอกสารทางราชการ ข้อมูลบันทึกของหน่วยงาน 2. การสัมภาษณ์เชิงลึกโดยการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ผู้นำทางศาสนา ประชาชนดั้งเดิมในพื้นที่ ข้าราชการ และพ่อค้า แม่ค้า เจ้าของธุรกิจภาคเอกชน เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่มีโครงสร้าง เป็นคำถามปลายเปิดมีจัดเตรียมชุดคำถามและวิธีการสัมภาษณ์แบบยืดหยุ่นบรรยากาศเป็นกันเองจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 45 คน 3. การสำรวจทัศนคติของประชาชนโดยกระจายไปตามระดับพื้นที่ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และวิเคราะห์คำร้อยละ กลุ่มตัวอย่าง 150 คน

ผลการวิจัยสรุปดังนี้ 1.ความขัดแย้งในอดีตประชากรส่วนใหญ่เกิดจากนโยบายการบริหารของรัฐบาลที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น ไม่ได้ให้ความสำคัญกับประชาชนในการมีส่วนร่วมกำหนดนโยบายของรัฐบาล และขาดการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในระดับท้องถิ่น สาเหตุความขัดแย้งในปัจจุบันเกิดมาจากปัญหาเสถียรภาพ และผลประโยชน์ของนักการเมือง 2.ประชากรส่วนใหญ่มีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่า ระดับความขัดแย้งได้รับผลกระทบเป็นระดับพื้นฐานทางสังคม ในลักษณะการเกิดความกลัว ความไม่ไว้วางใจกับคนต่างถิ่น ความไม่ปลอดภัยในชีวิต การใช้ชีวิตประจำวันมีความหวาดระแวงซึ่งกัน 3. แนวทางการเสริมสร้างความสมานฉันท์ในการแก้ไขวิกฤตความขัดแย้งใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ประชากรส่วนใหญ่มีความคิดเห็นให้ใช้แนวทางการส่งเสริมความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ควบคู่กับแนวทางการส่งเสริมคุณภาพชีวิต

คำสำคัญ: 1.ความสมานฉันท์ ; 2.ความขัดแย้ง; 3. 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

Abstract

The purpose of this research article is to study the causes of conflicts in the 3 southernmost provinces in the past and present. To study conflicts affecting individual networks today and to explore ways to strengthen reconciliation. The research methodology of this study consisted of 1) document research. It is a study of academic research. official documents 2) In-depth interviews by interviewing community leaders. religious leader Traditional people in the area, civil servants and merchants, private business owners It is an unstructured in-depth interview. It was an open-ended question with a set of questions and flexible interview methods in a friendly atmosphere. A sample of 45 people was prepared. and analyzing the percentage Sample group 150 people

The results showed that 1) Most of the conflicts in the past population were caused by the government's administrative policies that were not in line with the needs of the local people. It does not give importance to the people to participate in government policy making. and lack of public hearing at the local level the cause of the current conflict stems from drug problems. and interests of politicians. 2) Most of the population had the same opinion that Conflict levels are affected as social baselines. in the form of fear mistrust of foreigner's insecurity in life 3) Guidelines for enhancing reconciliation in resolving conflict crises in the 3 southern border provinces. Most of the population thought that Use an approach to promote restorative justice in conjunction with an approach to promoting quality of life.

Keywords: Reconciliation; Conflict; Southern Border Provinces

บทนำ

สภาพการณ์ข้อเท็จจริงของปัญหา จากสภาพการณ์ข้อเท็จจริงของปัญหาในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้เกิดพัฒนาการของความขัดแย้งที่นำไปสู่ความรุนแรงนับเนื่องจนถึงปัจจุบัน และเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่ทุกภาคส่วนพยายามหาแนวทางสร้างความสมานฉันท์ให้กลับคืนมาสู่สังคมในจังหวัดชายแดนภาคใต้อีกครั้งหนึ่ง โดยในส่วนของภาครัฐบาลเองมีความพยายามที่จะทำความเข้าใจกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อแสวงหาทางออกของปัญหาด้วยความหลากหลายทางสหวิทยาการ มีการวิเคราะห์ ถึงสาเหตุของปัญหาต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง และรัฐก็ได้พยายามปรับเปลี่ยนนโยบายกระบวนการปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาคลี่คลายสถานการณ์ให้กลับมามีภาวะปกติโดยเร็ว ปัจจุบันยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาความขัดแย้งที่นำมาสู่สันติสุขได้

สภาพปัญหา: ความขัดแย้งใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ในอดีต จังหวัดปัตตานี ยะลา และ นราธิวาส ที่ปรากฏในแผนที่ประเทศไทยปัจจุบันเป็นดินแดนซึ่งเก็บซ่อนเรื่องราวในอดีตไว้อย่างซับซ้อนมากมาย ดินแดนแห่งนี้เป็นส่วนที่แยกย่อยออกจากความเป็นนครรัฐมลายูอิสลาม ที่ชื่อว่า “นครรัฐปัตตานี” (Patani state) ในอดีต และถ้านับย้อนหลังต่อจากนี้ระยะหนึ่ง ก็พบว่าปัตตานีเป็นดินแดนแห่งราชอาณาจักร อินดู-พุทธ หรือ อินดู-ชวา ที่มีชื่อว่า “ราชอาณาจักรลังกาสุกะ” ความรุนแรงทางการเมืองเกิดขึ้นได้เสมอในประเทศที่มีประชากรส่วนน้อย ที่มีความรู้สึกที่ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของสังคมประเทศ หรือได้รับการปฏิบัติที่ทำให้เกิดความรู้สึกว่า รัฐมีเจตนาทำลายอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และพยายามเปลี่ยนพวกเขาให้เหมือนกับประชากรที่เป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศ ซึ่งในพื้นที่ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ก็เช่นเดียวกัน ในความรู้สึกของชาวไทยเชื้อสายมลายูที่มีการผูกพันกับประวัติศาสตร์ว่า ดินแดนของพวกเขาถูกยึดครองโดยรัฐบาลไทย และได้มีความพยายามต่อสู้ให้หลุดพ้นจากการปกครองได้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง (รัตติยา ลา และ, 2550, หน้า 236)

1. ประวัติรัฐปัตตานี ในจังหวัดปัตตานีย้อนกลับไปในสมัยอดีตกาล ได้มีอาณาจักรหนึ่ง คือ “ลังกาสุกะ” เป็นเมืองที่เจริญไปด้วยเศรษฐกิจ การค้า เพราะเป็นที่จอดพักเรือค้าขาย ระหว่างชาวจีนกับอินเดีย และอาหรับ ตามภูมิศาสตร์ บริเวณแห่งนี้เหมาะสมกับการค้าขายมาก ชาวเมืองนับถือศาสนาพุทธ และพราหมณ์ (จากการจดบันทึกเอกสารเก่า ๆ ของจีน อินเดีย อาหรับ นะระระ (ปะนาะระ)) ต่อมาอาณาจักรแห่งนี้กลายเป็นเมืองขึ้นของอาณาจักรศรีวิชัย หลังจากที่อาณาจักรศรีวิชัยหมดอำนาจ พวกชาว ซึ่งนับถืออิสลามก็เข้ามาเผยแพร่ศาสนา เจ้าเมืองในราชสำนักจึงรับศาสนาอิสลามเข้ามา ชาวบ้านรัฐปัตตานี ก็เลยเปลี่ยนมานับถือตามเจ้าเมือง ชื่อรัฐปัตตานี เริ่มปรากฏขึ้นในสมัยกรุงศรีอยุธยา ซึ่งรัฐปัตตานีได้กลายเป็นเมืองขึ้นของไทยในสมัยนี้ ในสมัยอาณาจักร-อยุธยา รัฐปัตตานีบางครั้งก็เป็นเมืองขึ้น บางครั้งก็เป็นอิสระตามแต่สถานการณ์ในอาณาจักรอยุธยา เป็นอย่างนี้จนถึงกรุงธนบุรี

รัฐปัตตานีเป็นเมืองสำคัญที่มีภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม ที่เก็บซ่อนเรื่องราวในอดีตไว้อย่างซับซ้อน และประชาชนมีความภูมิใจในอดีตของการมีราชวงศ์มลายูปัตตานี โดยปัตตานี มาจาก “ปัตตานี” และเป็นนามที่มีความหมาย รวมถึงพื้นที่ของจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส สามารถแสดงแผนภูมิตำแหน่งทางการปกครองของรัฐปัตตานี ตั้งแต่เป็นราชอาณาจักร “ปัตตานี” จนถึงจังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา และจังหวัดนราธิวาส

2. ขบวนการแบ่งแยกดินแดน ขบวนการแบ่งแยกดินแดน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่เคลื่อนไหวอยู่ในปัจจุบัน มีสายรากสืบเนื่องต่อกันมายาวนาน โดยต้นกุ่มะหมัด มะไฮยิดดิน ซึ่งถือเป็นบิดาของขบวนการแบ่งแยกดินแดน ได้เริ่มกระบวนกรที่ชื่อว่า “ขบวนการมุสลิมแห่งรัฐกัลันตัน” (Kelantan Melayu Muda) ตั้งแต่อ่อนสงครามโลกครั้งที่ 2 ต่อมาในปี พ.ศ. 2488 ขบวนการมุสลิมแห่งรัฐกัลันตันได้เปลี่ยนชื่อใหม่เป็น “ขบวนการรวมเผ่ามลายูที่ยิ่งใหญ่” (Persatuan Kumpulan Melayu Yala--K.U.M.P.R.A.) โดยมีที่ทำการ

ตั้งอยู่ที่รัฐกลันตัน ประเทศมาเลเซีย ต่อมาได้เปลี่ยนชื่อใหม่อีกครั้งเป็น “ขบวนการแนวร่วมปลดปล่อยแห่งชาติปัตตานี” (Barisan Nasional Pembebasan Pattani--B.N.P.P.) ซึ่งขบวนการนี้ถือได้ว่าเป็นองค์กรแรก ๆ ของขบวนการแบ่งแยกดินแดน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสาเหตุความขัดแย้งใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ในอดีต และปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาความขัดแย้งที่เครือข่ายบุคคลได้รับผลกระทบในปัจจุบัน อาทิ ระดับพื้นฐานของสังคม ระดับโครงสร้างทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม และระดับโครงสร้างทางวัฒนธรรม
3. เพื่อศึกษาแนวทางการเสริมสร้างความสมานฉันท์ โดยมีประเด็นการศึกษา 4 ด้าน
 - 3.1 การส่งเสริมประชาธิปไตย
 - 3.2 การส่งเสริมความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์
 - 3.3 การส่งเสริมคุณภาพชีวิต
 - 3.4 การส่งเสริมเอกลักษณ์

การทบทวนวรรณกรรม

การพัฒนาการของความขัดแย้งใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

ปัญหาความขัดแย้งใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นปัญหาที่เกิดขึ้น ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ในแต่ละยุคมีปัญหาล้ำคลึงกัน และเป็นผลกระทบที่เกี่ยวข้องกันมาจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกคนรุ่นหนึ่ง ที่มีการถ่ายทอดอุดมการณ์ปลูกฝังอยู่ในความคิด และปลุกกระดมให้ลุกขึ้นมาต่อสู้เพื่อชัยชนะของตน เพราะฉะนั้นสาเหตุของความขัดแย้งในแต่ละยุค ในแต่ละช่วงเวลา ในการทำงานของรัฐบาล จึงมีลักษณะ ดังนี้ (รุ่ง แก้วแดง, 2548, หน้า 105-144 และบุษบง ชัยเจริญวัฒน์ และคณะ, 2551, หน้า 14-27)

ยุคจอมพล ป. พิบูลสงคราม หลังจาก 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ คือ ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส ได้เปลี่ยนฐานะเป็นจังหวัดที่ขึ้นตรงกับกระทรวงมหาดไทยในส่วนกลางแล้ว ดูเหมือนการแทรกแซงจากภายนอกจะลดลง ประกอบกับช่วงนั้นอังกฤษกำลังติดพัน การรบอยู่ในสงครามโลกครั้งที่ 2 จึงทำให้ไม่มีเวลามายุ่งเกี่ยวกับจังหวัดภาคใต้ของไทยมากนัก และช่วงปี พ.ศ. 2484-2488 ญี่ปุ่นได้เข้ายึดครองมาเลเซียและสิงคโปร์ และทางฝ่าย ของอังกฤษ ปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ในช่วงนี้ จึงเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากนโยบายของประเทศไทยเองเป็นส่วนใหญ่

รัฐนิยมกับปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ประเทศไทยได้เตรียมการเพื่อการสงครามอยู่พอสมควร โดยเฉพาะในยุคที่ จอมพล ป.พิบูลสงคราม เป็นนายกรัฐมนตรีในช่วงแรก พ.ศ. 2481-2487 ความยึดอัดใจของชาวมลายูมุสลิมดูเด่นชัดขึ้น รัฐบาล จอมพล ป. ให้ออกรัฐนิยมฉบับแรกที่ว่าด้วย “ใช้ชื่อประเทศ ประชาชน และสัญชาติ” เมื่อวันที่ 24 มิถุนายน 2482 เปลี่ยนชื่อประเทศสยามเป็นประเทศไทย กำหนดให้เรียกคนสยามว่า คนไทย เพื่อเน้นความ “ถูกต้องตามเชื้อชาติ” และความนิยม

ของประชาชนชาวไทย การเปลี่ยนแปลงชื่อประเทศ และประชาชนในแง่หนึ่งเป็นความพยายามจะตอบสนองต่อการให้ความสำคัญกับเชื้อชาติไทยในฐานะคุณลักษณะของคนส่วนใหญ่ของประเทศ ด้วยการสร้างชาติผ่านแนวทางชาตินิยมในสมัยนั้น แต่กล่าวให้ถึงที่สุด การที่คณะรัฐมนตรีใช้เวลาพิจารณาเปลี่ยนชื่อประเทศสยามมาเป็นประเทศไทยเพียง 10 นาที ในการประชุมเมื่อวันที่ 8 พฤษภาคม พ.ศ. 2482 โดยพูดจากันในเรื่องผลทางกฎหมายของการเปลี่ยนชื่อประเทศมากกว่าอื่น สะท้อนชัดว่า การเปลี่ยนชื่อประเทศเป็นเพียงตัดสินใจทางกฎหมายโดยใช้อำนาจรัฐกำหนดทิศทางทางวัฒนธรรม และปริณิณทลทางอัตลักษณ์ของพลเมืองในประเทศ โดยมีข้อกำหนดที่เรียกว่า รัฐนิยม ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้ประกาศเป็นทางการเมื่อ พ.ศ. 2482-2485 จำนวน 12 ฉบับ ที่สร้างความไม่พอใจให้กับชาวมุสลิมเป็นการเฉพาะ ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อชาวไทยมุสลิมมี 3 ฉบับด้วยกัน คือ (ชัยวัฒน์ สถาอานันท์, 2549, หน้า 160)

ฉบับที่ 3 เรื่องการเรียกชื่อชาวไทย ที่กำหนดให้คนในแผ่นดินไทยเรียกชื่อที่แสดงความเป็นไทย เช่น ในกรณีของคนจีน ซึ่งเดิมใช้แซ่ ให้เปลี่ยนนามสกุลมาเป็นไทย และทำนองเดียวกัน คนมุสลิมก็ให้เปลี่ยนชื่อมาเป็นไทย และถือเป็นครั้งแรกที่กำหนดให้คนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เรียกว่า ชาวไทยมุสลิม เช่นเดียวกับชาวไทยในส่วนอื่นของประเทศ

ฉบับที่ 9 เรื่องภาษาและหนังสือ กำหนดให้คนไทยต้องรู้หนังสือไทย และสนับสนุนให้คนไทยที่ไม่รู้หนังสือมาเรียนหนังสือจนอ่านออกเขียนได้

ฉบับที่ 10 เรื่องการแต่งกายของประชาชนชาวไทย ที่กำหนดไว้ว่าต้องแต่งกายที่เป็นสุภาพชน เช่น ผู้ชายสวมใส่เสื้อผ้าชั้นนอกคอกเปิดหรือคอกปิด สวมกางเกงขายาวแบบสากล สวมรองเท้าหุ้มส้นหรือหุ้มข้อ และถุงเท้า ผู้หญิงต้องสวมหมวก สวมเสื้อนอกคลุมไหล่ ใส่ถุงเท้าและรองเท้า เป็นต้น

ตนกูมะหมัด มะไฮยิดดิน นโยบายรัฐนิยมของ จอมพล ป. นี้ ได้ประกาศใช้โดยไม่ยกเว้นพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งมีศาสนาและวัฒนธรรมแตกต่างไปจากคนส่วนใหญ่ของประเทศ ทำให้นโยบายที่เคยผ่อนปรนและเน้นเรื่องความเสมอภาคในสมัยรัชกาลที่ 6 กลับมาแข็งกระด้างอีกในช่วงนี้ ส่งผลให้ชาวไทยมุสลิมในยุคหลังสงครามโลก ครั้งที่ 2 ลุกขึ้นมาต่อต้านมากขึ้น

ประกอบกับในช่วงเดียวกันนี้ ตนกูมะหมัด มะไฮยิดดิน บุตรชายคนโตของ พระยาวิชิตรักษ์ดี เจ้าเมืองปัตตานีคนสุดท้าย ซึ่งอพยพไปอยู่ที่รัฐกลันตัน ได้มีส่วนอย่างสำคัญในการช่วยอังกฤษรบกับญี่ปุ่นที่อินเดีย จนได้รับพระราชทานยศพันโทของกองทัพบกอังกฤษ โดยอังกฤษได้ให้สัญญาว่า หากรบชนะญี่ปุ่นแล้ว อังกฤษจะยก 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ให้กับตนกูมะหมัด มะไฮยิดดิน เพื่อให้เป็นรัฐอิสระปกครองตนเอง

นับว่า เป็นโชคดีของประเทศไทย และความสามารถทางการทูตของไทย ที่มีคณะเสรีไทยที่รัฐบาลอเมริกันรับรอง ทำให้ไทยอยู่ข้างฝ่ายสัมพันธมิตรที่ชนะสงคราม เพราะหากอยู่ฝ่ายแพ้สงคราม ดินแดนที่เป็น 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ก็จะถูกอังกฤษยกให้ตนกูมะหมัด มะไฮยิดดิน เป็นรัฐอิสระปกครองตนเองไปตั้งแต่ตอนนั้นแล้ว

เมื่อไม่สามารถยก 3 จังหวัดให้กับ ตนกุมะหมัด มะไฮยิดดิน ได้ อังกฤษก็ขัดเซดด้วยการสนับสนุนการเงินให้กับ ตนกุมะหมัดฯ เพื่อนำคนไทย คนมาเลย์ และคนอินโดนีเซีย ที่เดินทางประกอบพิธีฮัจญ์ที่นครมักกะฮ์ และตกค้างระหว่างสงคราม ไม่สามารถเดินทางกลับบ้านได้ กลับคืนสู่ประเทศ

ตนกุมะหมัด มะไฮยิดดิน ได้นำผู้แสวงบุญจำนวนกว่าสามพันคนเดินทางกลับประเทศมาเลเซีย อินโดนีเซีย และประเทศไทย คนเหล่านี้ซึ่งส่วนใหญ่เป็นโต๊ะครูและผู้นำศาสนาอยู่แล้ว จึงเป็นฐานการเมืองที่สำคัญของตนกุมะหมัด มะไฮยิดดิน ในการดำเนินการทางการเมืองในช่วงเวลาต่อมา

การต่อสู้ระหว่างรัฐบาลของ จอมพล ป. กับกลุ่มผู้นำทางภาคใต้ ได้เป็นไปอย่างรุนแรงมาก ทั้งสายของปัตตานี และต่อมาสายของพระยาสาบายบุรีได้มาร่วมด้วย ซึ่งในขณะนั้นบุตรชายของพระยาสาบายบุรี คือ นายอดุลย์ ณ สายบุรี เป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดนราธิวาส เป็นผู้นำในการร้องเรียนการกระทำของข้าราชการ ซึ่งคนไทยมุสลิมมีความเห็นว่า รัฐบาลรังแกคนไทยมุสลิม จนนายอดุลย์ก็ได้หลบหนีไปอยู่ที่ประเทศมาเลเซีย

การรวมกำลังของเชื้อสายเจ้าเมืองปัตตานีและเจ้าเมืองสาบายบุรี ทำให้การต่อสู้เข้มข้นยิ่งขึ้น โดยคนกลุ่มนี้ได้อาศัยความช่วยเหลือจากต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นอังกฤษ ฝรั่งเศส เพื่อกดดันประเทศไทย โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2490 ได้มีการตั้งองค์กรใหญ่ขึ้นที่รัฐกลันตัน โดยมี ตนกุมะหมัด มะไฮยิดดิน เป็นหัวหน้า และคนสำคัญคนอื่น ๆ เช่น ตนกูปัตตารอ ตนกยูะลานาเซร์ (นายอดุลย์ ณ สายบุรี บุตรพระยาสุริเยสุนทร เจ้าเมืองสาบายบุรี) เป็นแกนนำ

ตนกุมะหมัด มะไฮยิดดิน ผู้นี้ ในประวัติศาสตร์ไทยเรามองว่า เป็นกบฏ เป็นผู้ก่อการร้าย แต่ในประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เขาได้รับการยกย่องว่าเป็นวีรบุรุษของขบวนการกู้ชาติรัฐปัตตานี

ความไม่สงบหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่ 2 ในปี พ.ศ. 2488 ประเทศไทยประสบปัญหาความไม่เสถียรภาพของรัฐบาล มีการเปลี่ยนรัฐบาลบ่อยมาก ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ก็ได้เกิดปัญหาความไม่สงบรุนแรงอีกครั้งหนึ่ง ได้มีการเผาโรงเรียน ห้ามไม่ให้เด็กไทยมุสลิมไปโรงเรียน มีโจรผู้ร้าย (เกอริลลา) ชุกชุมมาก มีการปล้นและฆ่ากำนัน ผู้ใหญ่บ้านที่เป็นคนไทยพุทธกว่า 200 ราย เพื่อให้คนมลายูเป็นกำนันและผู้ใหญ่บ้าน มีการเผาบ้าน มีการปลุกระดมชาวมุสลิมให้ตื่นตัวในเรื่องชาตินิยม เพื่อตั้งรัฐปัตตานีอิสระ มีการเผยแพร่เอกสารโจมตีว่า ชาวมลายูปัตตานี ถูกข้าราชการกดขี่ข่มเหง บ้านเมืองขาดการพัฒนา โรงเรียนเหมือนเล่าไก่ หะยีสุหลง และคณะได้เผยแพร่เอกสารและปลุกระดมให้คนมลายูปัตตานีตื่นตัว และหากรัฐบาลไทยยินยอมให้ปกครองตนเอง จะให้ตนกุมะหมัด มะไฮยิดดิน จากกลันตันมาเป็นผู้นำ

ข้อเรียกร้องของหะยีสุหลง รัฐบาลนายปรีดี พนมยงค์ คำนึงถึงต่าง ๆ ให้กับชาวมลายูมุสลิม รวมทั้งการอนุญาตให้โต๊ะครูสอนภาษามลายู อาหรับ และศาสนาอิสลามได้ โดยไม่ถูกควบคุมตามพระราชบัญญัติโรงเรียนราษฎร์ และประกาศใช้กฎหมายอิสลามใน 4 จังหวัดภาคใต้ และให้มีการรื้อฟื้นตำแหน่งตะเฆะยุติธรรมในปี พ.ศ. 2489 นั้น ในเรื่องการตั้งตะเฆะยุติธรรม พ.ศ. 2490 นี้ หะยีสุหลง เห็นแตกต่างจากทางราชการมาก จึงได้แสดงความเห็นคัดค้านอย่างชัดเจน ทั้งในแง่ของการตั้งศาลตะเฆะยุติธรรม วิธี

เลือกบุคคล และการแต่งตั้งเป็นตะเฑาะฎิธรรม ฝ่ายทางราชการเห็นว่า เป็นเพราะตัวหะยีสุหลง อ่านและเขียนหนังสือภาษาไทยไม่ได้ ขาดคุณสมบัติรับการเลือกตั้งเป็นตะเฑาะฎิธรรม เกรงผู้อื่นที่ไม่ใช่พวกตัวได้เป็นจึงได้ร้องคัดค้านขึ้น ขณะที่หะยีสุหลงเห็นว่า วิธีการแต่งตั้งของทางราชการนั้นเองขัดกับหลักศาสนาอิสลามเพราะมีกฎกำหนดหน้าที่อยู่แล้ว ถ้ายินยอมให้เป็นไป “ผู้ที่เป็นกรรมการนั้นจะต้องรับบาปทุกลมหายใจ” ทางออกให้แยกศาลศาสนาออกจากศาลของจังหวัด แต่ทางกระทรวงยุติธรรมไม่ยินยอมประมาณ 3 เดือน หลังจากนั้น คือ ในวันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2490 หะยีสุหลง ได้ยื่นข้อเรียกร้อง 7 ประการต่อรัฐบาลหลวงธำรงนาวาสวัสดิ์

ในระยะนั้นเกิดการร้องเรียนเกี่ยวกับความไม่เป็นธรรมจากราชการใน 3 จังหวัดภาคใต้กันมาก รัฐบาลจึงตั้ง “กรรมการสอดส่องภาวการณ์ใน 3 จังหวัดภาคใต้” เมื่อวันที่ 20 มีนาคม พ.ศ. 2490 เพื่อเสนอแนะปรับปรุงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น โดยให้เดินทางเข้าไปในพื้นที่ตอนต้นเดือนเมษายนด้วย ผู้นำมลายูมุสลิมทราบว่ากรรมการชุดนี้จะเดินทางมาถึงปัตตานีในวันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2490 จึงร่วมประชุมกันที่สำนักงานกรรมการอิสลามประจำจังหวัดปัตตานี เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2490 เพื่อกำหนดคำขอเกี่ยวกับศาสนาอิสลามและสิทธิของชาวมลายูมุสลิม โดยตกลงยื่นคำขอ 7 ข้อ ต่อรัฐบาลผ่านคณะกรรมการดังกล่าว ดังมีข้อความว่า

- 1.ขอให้ปกครอง 3 จังหวัดนี้เป็นแคว้นหนึ่ง โดยมีผู้ดำรงตำแหน่งอย่างสูงให้มีอำนาจในการศาสนาอิสลาม มีอำนาจแต่งตั้งและปลดข้าราชการออกได้ ผู้ดำรงตำแหน่งนี้ต้องเป็นมุสลิมใน 3 จังหวัดภาคใต้
- 2.การศึกษาในชั้นประถมต้นจนถึงชั้นประถม 7 ให้มีการศึกษาภาษามลายูตลอด
- 3.ภาษีที่เก็บได้ให้ใช้ภายใน 3 จังหวัดภาคใต้เท่านั้น
- 4.ในจำนวนข้าราชการทั้งหมดขอให้มีราชการชาวมลายูร้อยละ 80
- 5.ขอให้ใช้ภาษามลายูควบกับภาษาไทยเป็นภาษาราชการ
- 6.ให้คณะกรรมการอิสลามประจำจังหวัดมีเอกสิทธิ์ออกกระเบียบเกี่ยวกับการปฏิบัติ การศาสนาอิสลามโดยความเห็นชอบของผู้มีอำนาจสูงสุด
- 7.ให้ศาลรับพิจารณาตามกฎหมายอิสลามแยกจากศาลจังหวัด มีโตะกาลี (กอฎิหรือตะเฑาะฎิธรรม) ตามสมควรและเสถียรภาพในการพิจารณาชี้ขาด

“คำขอ 7 ประการ” นี้มีข้อสังเกตอย่างน้อยคือ ข้อแรก ขณะที่อิบรอฮีม ชุกรีระบุว่า คำขอ 7 ประการนี้ หะยีสุหลงยื่นในวาระที่คณะกรรมการสอบสวนพบปะกับชาวมลายู ครั้งใหญ่ เมื่อวันที่ 24 สิงหาคม พ.ศ. 2490 เอลิมเกียรติ ขุนทองเพชร (ชัยวัฒน์ สถาอานันท์, 2549, หน้า 164) ระบุว่า หะยีสุหลงได้ยื่นคำขอ 7 ประการ ต่อคณะกรรมการสอบสวน เมื่อคนเหล่านั้นมาถึงปัตตานีในวันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2490 ข้อสอง คำขอ 7 ประการนี้ เรียงข้อไม่ตรงกันนัก เช่น งานวิจัยของ ปิยนารถ บุนนาค (อ้างถึงในชัยวัฒน์ สถาอานันท์, 2549, หน้า 164) คำขอข้อ 2 เป็นเรื่องให้ข้าราชการใน 3 จังหวัดเป็นชาวมุสลิม ร้อยละ 80 และคำขอข้อ 6 เป็นเรื่องให้ใช้ภาษีที่เก็บได้จาก 4 จังหวัดภาคใต้ เฉพาะในพื้นที่ เท่านั้น ส่วนข้อสังเกตประการที่ 3 คือ งานบางชิ้นมี “คำขอ” หรือ “คำร้อง” ที่แปลกออกไป เช่น ในงานเขียนระยะหลัง

บางชั้นระบุว่า คำขอ 7 ข้อสุดท้าย คือ “ให้ยอมรับประชาชน 4 จังหวัด เป็นเชื้อชาติมลายู” แต่ที่สำคัญกว่าข้อแตกต่างเหล่านี้ คือ ข้อ 4 ในสายตาของนักวิชาการมลายู การที่หะยีสุหลงตัดสินใจยื่นข้อเสนองาน 7 ประการ ให้รัฐบาลสยามแสดงว่า หะยีสุหลงไม่ต้องการต่อสู้เพื่อเรียกร้องประเทศเอกราช แต่เป็นการเรียกร้องเพื่อความเป็นอิสระในเชิงเอกลักษณ์ยิ่งกว่า

ต่อมาหะยีสุหลงให้พรรคพวกของตนพิมพ์หนังสือ “ฉันทานุมัติ” นี้ขึ้น จากนั้น ก็ให้คนไปชักชวนชาวมลายูมุสลิมในปัตตานีลงชื่อ เมื่อพระยารัตนภักดีทราบจึงรายงานต่อรัฐมนตรีมหาดไทยในเวลานั้นว่า ตัวการก่อหวอดแบ่งแยกดินแดน คือ หะยีสุหลง โดยมีหนังสือ “ฉันทานุมัติ” เป็นหลักฐานสนับสนุน ตอนหัวโหม่งเย็นของวันศุกร์ที่ 16 มกราคม พ.ศ. 2491 หะยีสุหลงก็ถูกจับกุม รัฐบาลเกรงปฏิกิริยาจากประชาชน จึงให้ย้ายตัวหะยีสุหลงและพวก 5 คน จากเรือนจำปัตตานีไปอยู่ที่เรือนจำนครศรีธรรมราช คดีหะยีสุหลงและพวกนี้ จำเลยถูกฟ้องว่า มีความผิดฐาน “ตระเตรียมและสมคบกันคิดจะเปลี่ยนแปลงราชประเพณีการปกครองและเพื่อให้เอกราชของรัฐเสื่อมเสียไป และเพื่อให้เกิดเหตุร้ายแก่ประเทศจากภายนอก” หลังจากต่อสู้ในศาลครบ 3 ศาล รวมเวลาทั้งสิ้น 2 ปี 10 เดือน กับ 14 วัน หะยีสุหลงถูกพิพากษาว่า ผิดตามกฎหมายลักษณะอาญา มาตรา 104 ซึ่งเป็นความผิดฐานขบถในราชอาณาจักร ได้รับโทษจำคุก 4 ปี กับ 8 เดือน แต่ถูกปล่อยตัวจากเรือนจำบางขวาง เมื่อวันที่ 15 มิถุนายน พ.ศ. 2495 คือ ก่อนกำหนด 2 เดือนกับ 25 วัน เพราะรัฐบาลหวังว่า จะเป็นการผ่อนคลายความเครียดทางการเมืองในจังหวัดภาคใต้ เมื่อหะยีสุหลงมาถึงสถานีรถไฟโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี มีประชาชนมารอรับกว่าพันคน สองปีหลังจากนั้น หะยีสุหลงพร้อมลูกชายคนโต และเพื่อนอีกสองคนก็หายสาบสูญไประหว่างไปรายงานตัวต่อทางราชการ

กบฏดุซงญอ ในรายงานของคณะกรรมการวิสามัญของวุฒิสภาไม่ได้กล่าวถึงกรณี “ดุซงญอ” เพียงแต่จัดวางกรณีไว้ในฐานะขบวนการต่อสู้เพื่อแบ่งแยกดินแดนและปลดแอกชาว “ไทยมุสลิม” หนึ่งในหลาย ๆ ขบวนการ เช่น B.R.N (Barisan Revolution National) ซึ่งตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2503 และ PULO (Patani United Liberation Organization) เมื่อปี พ.ศ. 2511 และเรียกเหตุการณ์เมื่อปี พ.ศ. 2491 ว่า “การจลาจลดุซงญอ” เมื่อ ปียนาถ บุนนาค (อ้างถึงใน ชัยวัฒน์ สถาอานันท์, 2549, หน้า 118) ได้ศึกษานโยบายของรัฐบาลไทยต่อชาวมุสลิมในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้จัดวาง “กบฏดุซงญอ” ไว้ในบริบทการขึ้นสู่อำนาจของจอมพล ป. “คงได้ตระหนักถึงผลร้ายที่ได้รับ (จาก) การดำเนินนโยบายเร่งรัดชาวมุสลิมให้เป็นไทยอย่างรวดเร็วจนเกินไปในช่วงแรก ดังนั้นในคราวนี้รัฐบาลจึงดำเนินนโยบายผ่อนปรนต่อชาวมุสลิม” เช่น ให้ชาวมุสลิมขึ้นมามีตำแหน่งรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงศึกษาธิการเป็นครั้งแรก นอกจากนั้นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจากนราธิวาสและยะลา ก็ได้เสนอให้รัฐบาลทำตามข้อเรียกร้องของชาวมุสลิม เพราะเกรง “ความไม่สงบในบริเวณดังกล่าวจะทำให้บ้านปลาย” แต่แล้วก็เกิดการจลาจลครั้งใหญ่ขึ้นในจังหวัดนราธิวาส เมื่อวันที่ 26-27 เมษายน พ.ศ. 2491 “ก่อนที่รัฐบาลจะได้ทันลงมือดำเนินการอย่างไรเพื่อเป็นการแก้ปัญหา” กระทรวงมหาดไทยได้รับรายงานทางโทรเลขจากนราธิวาสว่า “คนไทยมุสลิมประมาณ 1,000 คนขึ้นไป” (อิมรอน มะลูลีม และปียนาถ บุนนาค อ้างถึงใน ชัยวัฒน์ สถาอานันท์, 2549, หน้า 119) ก็มีความเห็นคล้ายคลึงกัน คือ รัฐบาลจอมพล ป. สมัยที่สอง “ดูเหมือนจะระมัดระวัง” และมี

นโยบายผ่อนปรนต่อชาวมุสลิมมากขึ้น ทั้งยังให้มีรัฐมนตรีมุสลิมและเตรียมจะรับฟังสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในเรื่องความทุกข์ร้อนและข้อเรียกร้องของชาวมุสลิมเหล่านี้ แต่ “ยังไม่ทันที่รัฐบาลจะลงมือแก้ไขแต่อย่างใด วิกฤตการณ์ก็ระเบิดขึ้นเป็นเหตุการณ์การกบฏนราธิวาส เมื่อวันที่ 25-26 เมษายน พ.ศ. 2491 ชาวมุสลิมประมาณ 1,000 คน” ได้จับกุมกองกำลังตำรวจไทยใกล้เขตแดนกลันตัน มีผู้เสียชีวิต 30-100 คน” โดยคนในหมู่บ้านดุซงญอ กล่าวว่า “ตำรวจไทยเป็นฝ่ายยิงก่อน”

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นรูปแบบการวิจัยเชิงผสมผสาน (mixed method) ระหว่าง การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย

1. การวิจัยเอกสาร (documentary research) เป็นการศึกษาจากงานวิจัยของนักวิชาการ เอกสารทางราชการ ข้อมูลบันทึกของหน่วยงาน จารึกทางประวัติศาสตร์ โดยการค้นหาเนื้อหาที่ก่อให้เกิดความขัดแย้งในอดีต ความขัดแย้งในปัจจุบัน ระดับของความขัดแย้งเครือข่ายบุคคลที่ได้รับผลกระทบ แนวทางการเสริมสร้างความสมานฉันท์ในด้านการส่งเสริมประชาธิปไตย การส่งเสริมความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ การส่งเสริมคุณภาพชีวิต และการส่งเสริมเอกลักษณ์

2. การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ผู้นำทางศาสนา ประชาชนดั้งเดิมในพื้นที่ ข้าราชการ และพ่อค้า แม่ค้า เจ้าของธุรกิจภาคเอกชน เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) แบบไม่มีโครงสร้าง (unstructured interview) เป็นคำถามปลายเปิด มีจัดเตรียมชุดคำถามและวิธีการสัมภาษณ์อย่างยืดหยุ่น บรรยายภาคเป็นกันเองแบบการใช้ชีวิตประจำวัน โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และยึดวัตถุประสงค์ของการศึกษาเป็นหลัก (ชาย โพธิ์สิตา, 2552, หน้า 167) ในประเด็นเรื่องสาเหตุความขัดแย้งในอดีต สาเหตุความขัดแย้งในปัจจุบัน ระดับความขัดแย้งที่เครือข่ายบุคคลได้รับผลกระทบ แนวทางการเสริมสร้างความสมานฉันท์ในด้านการส่งเสริมประชาธิปไตย การส่งเสริมความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ การส่งเสริมคุณภาพชีวิต และการส่งเสริมเอกลักษณ์

การวิจัยเชิงปริมาณ

ใช้วิธีการสำรวจทัศนคติของประชาชน (survey research) โดยกระจายไปตามระดับพื้นที่ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ จากประชาชนในพื้นที่ ข้าราชการของรัฐ พ่อค้าแม่ค้า และเจ้าของธุรกิจภาคเอกชน โดยการออกแบบสอบถามปลายปิดในประเด็นสาเหตุของความขัดแย้งในอดีต สาเหตุของความขัดแย้งในปัจจุบัน ระดับของความขัดแย้งที่บุคคลได้รับผลกระทบ ในปัจจุบัน แนวทางการเสริมสร้างความสมานฉันท์ใน 4 ประเด็น อาทิ การส่งเสริมประชาธิปไตย การส่งเสริมความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ การส่งเสริมคุณภาพชีวิต และการส่งเสริมเอกลักษณ์ โดยการคำนวณค่าสถิติออกมาเป็นตัวเลข และวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ

ผลการวิจัย

สาเหตุความขัดแย้งใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ในอดีต และปัจจุบันจากการศึกษาเอกสาร สัมภาษณ์เชิงลึก และการสำรวจทัศนคติของประชาชน พบว่า สาเหตุความขัดแย้งในอดีตด้านนโยบายการบริหารของรัฐบาล ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า รัฐบาลในอดีตไม่รับฟังความคิดเห็นของประชาชน ไม่ให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในกำหนดนโยบายสาธารณะ จึงทำให้นโยบายการบริหารของรัฐบาลไม่ตรงกับความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีการต่อต้านโดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดระเบียบการปกครองใหม่ที่ให้ผู้ครองนครรัฐปัตตานีเดิมไม่พอใจ สูญเสียอำนาจ เกิดการต่อต้าน และสร้างสถานการณ์ความขัดแย้งขึ้นมา

ส่วนสาเหตุความขัดแย้งในปัจจุบันเกิดมาจากปัญหาอาชญากรรม และผลประโยชน์ของนักการเมือง เพราะในปัจจุบันในเขตพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีวัยรุ่นเพิ่มขึ้นมากส่วนใหญ่ไม่ได้การศึกษา ไม่มีงานทำ และไม่มีรายได้ จึงหันไปมั่วสุมยาเสพติด โดยการรับจ้างค้ายาเสพติดและเสพยาเสพติด และในบางครั้งต้องรับจ้างฆ่าผู้อื่นเพื่อแลก กับยาเสพติด และอีกประเด็นหนึ่ง ได้มีนักการเมืองร่วมมือกับนายทุนระดับท้องถิ่น ทำการค้ายาเสพติด และน้ำมันเถื่อนโดยให้เงินสนับสนุนกลุ่มผู้ก่อการร้ายสร้างสถานการณ์ความขัดแย้ง

อภิปรายผลการวิจัย

สาเหตุความขัดแย้งในอดีตเกิดมาจากนโยบายการบริหารของรัฐบาล เกิดขึ้นเพราะนโยบายที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น ไม่ได้ให้ความสำคัญกับประชาชนในการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายของรัฐบาล และขาดการรับฟังความคิดเห็นของประชาชนในระดับท้องถิ่น ส่วนสาเหตุความขัดแย้งในปัจจุบันเกิดมาจากปัญหาอาชญากรรม และผลประโยชน์ของนักการเมือง เพราะในปัจจุบันในเขตพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้มีวัยรุ่นเพิ่มขึ้นมากส่วนใหญ่ไม่ได้การศึกษา ไม่มีงานทำ และไม่มีรายได้ จึงหันไปมั่วสุมยาเสพติดโดยการรับจ้างค้ายาเสพติดและเสพยาเสพติด และในบางครั้งต้องรับจ้างฆ่าผู้อื่นเพื่อแลกกับยาเสพติด และอีกประเด็นหนึ่ง ได้มีนักการเมืองร่วมมือกับนายทุนระดับท้องถิ่น ทำการค้ายาเสพติด และน้ำมันเถื่อนโดยให้เงินสนับสนุนกลุ่มผู้ก่อการร้ายสร้างสถานการณ์ความขัดแย้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตติยา สาและ (2548, หน้า 250) ได้อธิบายถึงภูมิหลังทางการเมืองของจังหวัดชายแดนภาคใต้ในอดีตว่า “การย้ายชาวไทยพุทธเข้าไปอยู่ในดินแดนเจ็ดหัวเมือง เพื่อสร้างความสมดุลแห่งอำนาจ และป้องกันการคุกคามจากชาวพื้นเมืองที่ไม่พอใจรัฐบาล ความขัดแย้งระหว่างประชาชนเจ็ดหัวเมืองกับรัฐบาลได้เกิดขึ้นบ่อยครั้ง เจ้าเมืองบางคนแอบสะสมอาวุธ และผู้คนไว้อ่อนไหวต่อผู้กับฝ่ายรัฐบาล” ยังได้สอดคล้องกับงานวิจัย ของ เสาวลักษณ์ กิตติประภัสร์ และคณะ (2549, หน้า 58-59) ได้ค้นพบว่า “นอกจากปัญหาที่เกิดจากการที่รัฐบาลในอดีตพยายามใช้นโยบายแบบผสมกลมกลืนบนฐานของกระบวนการและ การเข้าใจประวัติศาสตร์การเมืองที่ต่างกันแล้ว ยังเป็นเพราะกลไก ของรัฐเองไม่พยายามเข้าใจปัญหาและยอมรับความหลากหลายทางวัฒนธรรมของพื้นที่ผสานกับความอ่อนแอของสังคมไทยที่หนุนให้ การกระทำของรัฐชอบธรรมยิ่งขึ้น” ยังได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุทัย ดุลยเกษม และคณะ (2550, หน้า 78-79) ซึ่งเป็นนักวิจัย ที่สนับสนุนโดยสภาวิจัยแห่งชาติ ได้ตั้งคำถามว่า นโยบายของรัฐในด้านต่าง ๆ เป็น

นโยบายที่ดีหรือไม่ การนำนโยบายไปปฏิบัติมีความเข้มข้นสอดคล้องกับตัวนโยบาย ในแต่ละยุคสมัยอย่างไร และกระบวนการประเมินผลนโยบายในรอบสิบปีที่ผ่านมาเป็นอย่างไร ผลการวิจัยพบว่า นโยบายของรัฐบาลตนเองเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดปัญหาในพื้นที่ เพราะทำให้เกิดความขัดแย้ง ความหวาดระแวง และความกลัวขึ้น เนื่องจากนโยบายเหล่านี้เป็นนโยบายระดับชาติขาดความเข้าใจลักษณะเฉพาะด้านต่าง ๆ ของพื้นที่ ความขัดแย้งที่เครือข่ายบุคคลได้รับผลกระทบในปัจจุบันประชาชนส่วนใหญ่มีความเห็นสอดคล้องกันว่า ระดับความขัดแย้งที่เครือข่ายบุคคลได้รับผลกระทบเป็นระดับพื้นฐานทางสังคมในลักษณะการเกิดความกลัว ความไม่ไว้วางใจกับคนต่างถิ่น ความไม่ปลอดภัยในชีวิต การใช้ชีวิตประจำวันมีความ-หวาดระแวงซึ่งกันและกัน และการหารายได้ก็ไม่ได้ไม่มากนักเพราะการประกอบอาชีพ ทำได้เฉพาะในช่วงเวลากลางวันเท่านั้น แนวทางการเสริมสร้างความสมานฉันท์ โดยมีประเด็นการศึกษาดังนี้ด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิตสำหรับแนวทางการเสริมสร้างความสมานฉันท์ในวิถีการส่งเสริมคุณภาพชีวิตนั้น ประชาชนส่วนใหญ่ให้เหตุผลว่า ในแนวทางนี้สามารถลดปัญหาความขัดแย้งลงได้ เมื่อทุกคนมีการศึกษา มีงานทำ และมีรายได้ โดยรัฐบาลต้องส่งเสริมคุณภาพชีวิตในด้าน (1) รัฐบาลต้องส่งเสริมการศึกษาวิชาชีพให้คนไทยมุสลิมใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (2) รัฐบาลต้องส่งเสริมอาชีพ รายได้ให้คนไทยมุสลิมใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ (3) รัฐบาลต้องส่งเสริมผลิตภัณฑ์ ราคาสินค้าของคนไทยมุสลิมให้มีคุณค่าสูงขึ้น (4) รัฐบาลต้องส่งเสริมให้ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้เป็นศูนย์กลางผลิตอาหารฮาลาล ใน การส่งออก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของคณะกรรมการนโยบายเสริมสร้างสันติสุขจังหวัดชายแดนภาคใต้ของรัฐบาล (2548) ที่ได้เสนอให้ใช้ยุทธศาสตร์การแก้ปัญหาความยากจนและพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนโดยการปลูกฝังปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงต่อสังคมและประชาชนในการช่วยแก้ปัญหาหนี้สิน ช่วยแก้ปัญหาที่ดินทำกิน ช่วยเหลือเรื่องที่อยู่อาศัย และยกระดับคุณภาพชีวิต โดยเพิ่มรายได้ให้ครอบครัวมีความมั่นคง ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ ศรีสภพ จิตรภิมย์ศรี และคณะ (2549) ได้เสนอไว้ว่า การสร้างงานและการประกอบอาชีพให้คนในท้องถิ่น สิ่งที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจก็คือทุนและการระดมทุนให้กับคนมุสลิมในพื้นที่ และชาติที่ยั่งยืนโดยท้องถิ่นและชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญทำให้ฐานเศรษฐกิจ สังคม และชุมชนและยังสอดคล้องกับข้อเสนอของ สุรชาติ บำรุงสุข (2550) ที่ได้เสนอ ให้ใช้ตัวแบบเศรษฐกิจสำหรับชุมชนมุสลิม (Islamic Economic Model) มาเชื่อมโยงกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งแนวทางทั้งหมดนี้หากรัฐบาลสามารถนำไปปฏิบัติได้ก็จะนำสันติสุขมาสู่พื้นที่ใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ได้อย่างยั่งยืน ด้านการส่งเสริมประชาธิปไตยประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนส่วนใหญ่ต่างก็มีความเห็นว่า รัฐบาลควรส่งเสริมสิทธิ และเสรีภาพของประชาชนโดยให้ประชาชนได้สิทธิในทุกด้านตามระบอบ การปกครองแบบประชาธิปไตยโดยสิทธินี้เป็นสิทธิอันชอบธรรมที่ทุกคนในพื้นที่แห่งไม่ถูกกลืนรอนจากรัฐบาล ซึ่งทุกคนต้องมีความเสมอภาคในโอกาสการได้รับการบริการจากรัฐอย่างเท่าเทียมกันในทุกเรื่องที่เป็นนโยบายสาธารณะของรัฐ และทุกคนควรมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง โดยรัฐบาลต้องส่งเสริมประชาธิปไตย ดังนี้ (1) รัฐบาลต้องสร้างความไว้วางใจระหว่างข้าราชการกับประชาชนในท้องถิ่น (2) รัฐบาลต้องให้ประชาชนมีส่วนร่วมจัดทำนโยบายสาธารณะของท้องถิ่น (3) รัฐบาลต้องให้ประชาชนมีสิทธิ

แสดงความคิดเห็นทางการเมืองได้อย่างเสรีภาพ (4) รัฐบาลต้องสนับสนุนให้ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นเขตการปกครองพิเศษ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความขัดแย้งของ Coser (1976) ที่ว่า การส่งเสริมด้านเอกลักษณ์ โดยการเข้ามาซ่อมแซมโบราณสถาน ให้ความสำคัญสถานที่ทางประวัติศาสตร์ ให้ความสำคัญด้านขนบธรรมเนียมประเพณี ศาสนาและความเชื่อ แล้วทุกอย่างเริ่มมีการพัฒนาที่ดีขึ้น แต่ทางกลับกัน การแลกเปลี่ยนกับการได้มาซึ่งการพัฒนาก็ต้องมีผลเสียตามมาเช่นกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภชัยวิชัยมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (2542) ได้ศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงด้านสังคม จิตวิทยา เศรษฐกิจ และความมั่นคงของจังหวัดชายแดนภาคใต้ได้พบว่า ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมของประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้อันได้แก่ “เชื้อชาติ ศาสนา ภาษา และวัฒนธรรม” นำมาซึ่งพื้นฐานทางจิตวิทยา ที่แตกต่างไปจากพื้นที่อื่น ๆ ซึ่งเป็นสาเหตุเกิดการ “ความไม่เข้าใจ ความหวาดระแวง ความรู้สึกต่ออำนาจรัฐในทางลบที่สะสมมานาน” นอกจากนี้ยังพบว่า ศาสนาและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม มีอิทธิพลซึ่งกันและกันจนอาจแยกออกจากกันได้ยาก แต่เมื่อพิจารณาให้ลึกซึ้งและชัดเจนยิ่งขึ้น จะพบว่า อิทธิพลของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่นจะเด่นกว่าภูมิหลังทางศาสนา และอิทธิพลของวัฒนธรรมและภาษาจะแสดงให้เห็นทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านความเชื่อทางศาสนาอีกทอดหนึ่ง ดังนั้นอิทธิพลของเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและภาษาน่าจะเป็นตัวแปรชี้ขาดที่สำคัญที่สุดในการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและความเชื่อเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองและความมั่นคงในจังหวัดชายแดนภาคใต้

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิจัยเอกสาร แนวทางการเสริมสร้างความสมานฉันท์ โดยมีประเด็นการศึกษา 4 ด้าน

1. การส่งเสริมคุณภาพชีวิต ประชาชนส่วนใหญ่เสนอให้ใช้วิธีการส่งเสริมคุณภาพชีวิตโดยให้เหตุผลว่า การส่งเสริมคุณภาพชีวิตนั้น จะช่วยลดปัญหาความขัดแย้งลงได้เมื่อทุกคนได้รับการศึกษาที่ดี มีรายได้ มีงานทำ และสามารถเลี้ยงตัวเองและครอบครัวได้ ซึ่งจะทำให้ครอบครัวมีความสุขพ่อแม่ลูกก็จะมีปัญหาเรื่องค่าใช้จ่ายในครัวเรือน และทำให้เด็ก และเยาวชนได้รับการศึกษาที่ดีโดยไม่ไปก่อปัญหาให้กับสังคมไม่มั่วสุมยาเสพติด ทำให้สังคมไม่มีความขัดแย้ง และทำให้ ทุกคนอยู่กันแบบฉันท์พี่น้องมีความสมานฉันท์และช่วยเหลือกันอยู่อย่างสันติสุข

2. การส่งเสริมประชาธิปไตย แนวทางการเสริมสร้างความสมานฉันท์ ประชาชนเสนอให้ใช้วิธีการส่งเสริมประชาธิปไตยนั้น ประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนส่วนใหญ่ต่างก็มีคิดเห็นว่า รัฐบาลควรส่งเสริมสิทธิ และเสรีภาพของประชาชนโดยให้ประชาชนได้สิทธิในทุกด้านตามระบอบการปกครองแบบประชาธิปไตยโดยสิทธินี้เป็นสิทธิอันชอบธรรมที่ทุกคนในพื้นที่แห่งไม่ถูกสิทธิรอนจากรัฐบาล ซึ่งทุกคนต้องมีความเสมอภาคในโอกาสการได้รับการบริการจากรัฐอย่างเท่าเทียมกันในทุกเรื่องที่เป็นนโยบายสาธารณะของรัฐ และทุกคนควรมีเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็นทางการเมือง มีเสรีภาพในการทำการค้า และมีเสรีภาพในทุกด้านที่ไม่ส่งกระทบ หรือละเมิดต่อผู้อื่น ซึ่งการมีสิทธิและเสรีภาพนี้เป็นการแสดงว่า รัฐบาลมี

ความจริงใจต่อประชาชนในการปกครองตามระบอบประชาธิปไตย ซึ่งจะส่งผลทำให้ความขัดแย้งระหว่างรัฐกับประชาชนลดน้อยลง และนำไปสู่การสร้างความสัมพันธ์ด้วยกันให้เกิดสันติภาพขึ้นมาได้

3. การส่งเสริมความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ แนวทางการเสริมสร้างความสมานฉันท์ ประชาชนส่วนใหญ่เสนอให้ใช้วิธีการส่งเสริมความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์ โดยให้เหตุผลว่า ประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่ได้รับความยุติธรรมจากรัฐบาล เพราะฉะนั้นการส่งเสริมความยุติธรรมเชิงสมานฉันท์เท่านั้นที่สามารถสร้างความเป็นธรรม ความเสมอภาค การมีส่วนร่วม และสร้างจิตสำนึกการเป็นพลเมืองของประเทศได้ ในกรณีที่เกิดคดีความ และความขัดแย้ง ควรนำหลักศาสนาอิสลามเข้ามาใช้ในการตัดสินใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งให้ผู้นำชุมชน ผู้นำทางศาสนา โต๊ะครู โต๊ะอิหม่าม ดาโต๊ะยุติธรรม มาไกล่เกลี่ย เปรี่งจาต่อรอง มารับรอง และรับประกันผู้ถูกกล่าวหาเพื่อยุติความขัดแย้ง และกรณีที่นำคดีความขึ้นสู่ศาลยุติธรรมเจ้าหน้าที่ตำรวจและฝ่ายปกครองควรมีหลักฐานข้อมูลความผิดที่ชัดเจน มีการเปิดเผยข้อเท็จจริงให้ประชาชนรับทราบข้อกล่าวหา และควรจะนำวิธีการพิสูจน์หลักฐานทางนิติวิทยาศาสตร์มาใช้แทนระบบการกล่าวหา เพื่อให้ประชาชนเกิดความเชื่อมั่นในขั้นตอนกระบวนการยุติธรรมของรัฐบาล

4. การส่งเสริมเอกลักษณ์ แนวทางการเสริมสร้างความสมานฉันท์ ประชาชนเสนอให้ใช้วิธีการส่งเสริมเอกลักษณ์นั้น ประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ให้ความสนใจเพราะเห็นว่า สิ่งนี้เป็นอัตลักษณ์ของคนมุสลิมทุกคนในการแสดงให้ชาวโลกรู้ว่า ในดินแดนแห่งนี้ได้มีความเจริญทางด้านวัฒนธรรมมาก่อนที่รัฐบาลไทยเข้ามายึดครอง ซึ่งความเป็นอัตลักษณ์เหล่านี้ไม่ว่า จะเป็นวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น โบราณวัตถุ สิ่งก่อสร้างทางประวัติศาสตร์ โดยสิ่งที่เป็นอัตลักษณ์เหล่านี้สามารถทำให้ประชาชนมีความเป็นน้ำหนึ่ง และเป็นศูนย์รวมทางจิตใจของคนมุสลิมให้เกิดความรัก ความสามัคคีกันได้ โดยเฉพาะที่เกิดเหตุสถานการณ์ความขัดแย้งในทุกวันนี้ ที่ต้องทำให้คนมุสลิมต้องอาศัยอยู่ในพื้นที่แห่งนี้ อย่างหวาดระแวงกัน และไม่มีความปลอดภัยในชีวิต ดังนั้นความเป็นอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมประเพณี โบราณสถาน และสิ่งก่อสร้างทางประวัติศาสตร์ทำให้คนไทยมุสลิมหันมาปรองดอง สร้างความสัมพันธ์ และลดปัญหาความขัดแย้งลงได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปปฏิบัติ

1. รัฐบาลควรออกพระราชบัญญัติจัดตั้งศาลยุติธรรมทางศาสนาอิสลาม ในเขตพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้
2. รัฐบาลควรนำหลักนิติวิทยาศาสตร์มาพิสูจน์หลักฐานทางคดีแทนระบบกล่าวหาใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้
3. รัฐบาลควรพิจารณาบรรจุ แต่งตั้ง ข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ที่เป็นคนไทยมุสลิมมาปฏิบัติงานใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้สัดส่วนไม่น้อยกว่า 50%
4. ควรให้ภาคเอกชน ผู้นำชุมชน ผู้นำทางศาสนาทุกศาสนา ร่วมจัดตั้งองค์กรด้านการส่งเสริมความยุติธรรมภาคเอกชนโดยได้รับเงินสนับสนุนช่วยเหลือจากรัฐบาล

5. รัฐบาลควรจัดตั้งสถาบันศึกษาและวิจัยด้านผลิตอาหารฮาลาล และส่งเสริมปอเนาะเป็นโรงเรียนสอนวิชาหลักศาสนาอิสลามควบคู่กับวิชาสามัญ

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิเคราะห์นโยบายการแก้ปัญหาใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของรัฐบาลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 มาถึงปัจจุบัน

2. ควรศึกษาการใช้พระราชบัญญัติสถานการณ์ฉุกเฉิน และการใช้กฎหมายการศึกษาที่ส่งผลกระทบต่อสิทธิ เสรีภาพ และความเป็นธรรมของประชาชนในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้

3. ควรศึกษาแนวทางการส่งเสริมความยุติธรรม การส่งเสริมคุณภาพชีวิต และการเยียวยาให้กับประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

4. ควรศึกษาการเสริมสร้างความมั่นคงใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ของหน่วยงานภาครัฐโดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานทางทหาร

5. ควรศึกษาความต้องการในด้านการศึกษา การประกอบอาชีพ และเงินลงทุนของประชาชนใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

เอกสารอ้างอิง

ชัยวัฒน์ สถาอานันท์. (2549). *ความรุนแรงกับการจัดการ “ความจริง”: ปัตตานีในรอบ กึ่งศตวรรษ*.

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พลเดช ปิ่นประทีป. (2547). *คานาธรรมรวมใจดับไฟได้ด้วยปัญญา*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์อุษากการพิมพ์.

รัตติยา สาและ. (2550). *ปัตตานี ดารุสลาม (มลายู-อิสลาม ปัตตานี) สู่ความเป็น “จังหวัดปัตตานี” ใน ศรัทธาวิชัยเก่าแก่กว่ารัฐสุโขทัยในประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม*. ฉบับพิเศษ (หน้า 236-250).

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มติชน.

รุ่ง แก้วแดง. (2548). *สงคราม และสันติสุข*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.

ศรีสมภาพ จิตรกรรมศรี. (2556). *ความจริงที่คุณไม่อยากจะฟัง: ความขัดแย้งที่รุนแรงในชายแดนใต้/ปัตตานีกับทศวรรษของความเป็นจริงที่ล้นสนกดันและการหาทางออกอันไม่แน่นอน*. ปัตตานี: ศูนย์เฝ้าระวังสถานการณ์ภาคใต้.

สุรชาติ บำรุงสุข. (2550). *ปัญหาความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้ : อดีต ปัจจุบัน และแนวโน้มในอนาคต*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สุริยะ สุนิษา. (2550). *ชาวมลายูมุสลิมกับสิทธิเสรีภาพ: ความเคลื่อนไหวทางการเมืองของชาวไทยมุสลิมเชื้อสายมลายูในจังหวัดชายแดนภาคใต้*. ยะลา: มหาวิทยาลัยอิสลามยะลา

เสาวลักษณ์ กิตติประภัสร์ และคณะ. (2549). *แนวทางการนโยบายของรัฐสู่การปฏิบัติกับการแก้ปัญหาใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพัฒนา-นโยบายสาธารณะ.

อัศจรรย์พรรณ จรัสวัฒน์. (2551). สภาพข้อเท็จจริงของปัญหาในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้.

กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหิดล.

อาคม ใจแก้ว. (2550). รูปแบบบริหารใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้.สงขลา:มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

อุทัย ดุลยเกษม และคณะ. (2550). นโยบายของรัฐและการนำนโยบายของรัฐสู่การปฏิบัติกับการแก้ปัญหาความขัดแย้งในจังหวัดชายแดนภาคใต้อย่างยั่งยืน.กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

ส่วนประสมทางการตลาด และการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อ
การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์

Marketing Mix and Marketing Communications Influencing Consumers' Decision
to Buy Residences in Uttaradit

กรรชกร ประเสริฐ¹, ชัชชัย สุจริต² และ ภาศิริ เขตปิยรัตน์³

Kunchakorn Prasert¹, Chatchai Sucharit² and Pasiri Khetpiyarat³

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์^{1,2,3}

Faculty of management Science, Uttaradit Rajabhat University, Thailand^{1,2,3}

E-mail: ¹balluruwil3@gmail.com; ²CHATCHAI.SUC@live.ur.ac.th; ³PASIRI.KHE@live.ur.ac.th

Retrieved August 24, 2022; Revised September 13, 2022; Accepted November 2, 2022

DOI: 10.14456/japm.2022.25

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด กระบวนการสื่อสารทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ และ 2) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด กระบวนการสื่อสารทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่ต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ จำนวน 385 คน เลือกตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน จาก 5 อำเภอเป้าหมาย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้บริโภคเห็นว่าส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญมากที่สุด คือ การส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์ และราคา การสื่อสารการตลาดที่สำคัญมากที่สุดคือ การขายโดยใช้พนักงานขาย และกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยที่สำคัญมากที่สุดคือ ประสิทธิภาพหลังการขาย 2) ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์คือ ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย 69.4% ดังนั้นควรวางกลยุทธ์ที่เน้นความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และประชาสัมพันธ์โดยใช้พนักงานขาย พร้อมกับการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด; การสื่อสารทางการตลาด; การตัดสินใจซื้อ, ที่อยู่อาศัย

Abstract

This research aimed to study 1) the level of importance of marketing mix, marketing communication, and purchasing decision in buying residences in Uttaradit. and 2) the influences of marketing mix and marketing communication in buying residences in Uttaradit. The sample group was 385 people who wanted to buy residences in Uttaradit. This research implemented multistage sampling and collected data from 5 targeted districts which are Muang district, Lab-Lae, Thapla, Thongsakhan, and Phichai. The instrument that used to collect data is questionnaire. Descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation) and Multiple Regression Analysis had been used to analyze data.

The research results were found as follows. 1) The respondents of this research indicated that promotion, product, and price in marketing mix were in the highest-level importance in purchase decision. About marketing communication, the salesperson was in the highest-level importance. And after-sales service was in the highest-level importance in purchasing decision. 2) place, and promotion of marketing mix had influences in customers' purchase decision in buying residences in Uttaradit. Marketing communications had influences in purchase decision in buying residences at 69.4%. As a result, it is crucial to emphasize the uniqueness and product differentiation, as well as commercial promoting by salespersons and lucrative promotions.

Keywords: Marketing Mix; Marketing Communications; Purchase Decision, Residences

บทนำ

ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์มีมูลค่าตลาดในสัดส่วน 8% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ เกิดการจ้างงานและรายได้เพิ่มขึ้น พร้อมไปกับการเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมอื่น (วิจัยกรุงศรี, 2564) ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า อัตราการจองซื้อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลทั้งปี 2564 จะหดตัวร้อยละ 11.2 ถึง 14.2 ขณะที่การลงทุนเปิดโครงการใหม่คาดว่าจะหดตัวร้อยละ 20.6 ถึง 24.7 ซึ่งเป็นการหดตัวต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2562 (ธนาคารกสิกรไทย, 2564)

จังหวัดอุดรธานีตั้งอยู่ในเขตภาคเหนือตอนล่าง มีลักษณะทางกายภาพที่ดีสำหรับการเป็นที่อยู่อาศัยอุดมไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติ ผู้คนมีอัธยาศัยไมตรี อาหารการกินอุดมสมบูรณ์ และค่าครองชีพไม่แพง สำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดอุดรธานีในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2559 – 2563) เริ่มมีการขยายตัวค่อนข้างสูง สังเกตได้จากการมีบ้านจัดสรร ตึกแถว ทาวน์เฮาส์ คอนโด หลายโครงการ (อุดรดิตถ์, 2564) ในส่วนของความต้องการของผู้บริโภคนั้น มีทั้งผู้ที่ต้องการซื้อเพื่ออยู่อาศัยเอง และซื้อเพื่อการลงทุน และนิยมซื้อที่ดิน และบ้านเดี่ยว ในพื้นที่ เทศบาลเมืองอุดรธานี ซึ่งส่วนใหญ่สิ่งก่อสร้างที่

ขออนุญาตสร้างในเขตเทศบาลเมืองอุดรดิตถ์ในปี 2563 คือ บ้านเดี่ยว (ฝ่ายสถิติ เทศบาลเมืองอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า ประชาชนในจังหวัดอุดรดิตถ์ยังมีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยและมีแนวโน้มความต้องการที่สูงขึ้น นอกจากนี้พฤติกรรมผู้บริโภคปัจจุบันมีความต้องการที่อยู่อาศัยที่เป็นหลักแหล่งกันตั้งแต่เริ่มทำงาน แต่ก็มีบ้านหรือที่อยู่อื่นๆ ที่ไม่สามารถขายอยู่บางส่วน ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ ทั้งนี้ผลที่ได้จากการวิจัย ผู้ประกอบธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดอุดรดิตถ์ จะสามารถนำไปใช้การวางแผนการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด กระบวนการสื่อสารทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด กระบวนการสื่อสารทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ส่วนประสมทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์

สมมติฐานที่ 2 การสื่อสารทางการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์

การทบทวนวรรณกรรม

1. ส่วนประสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2563) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด เป็นเครื่องมือที่บริษัทควบคุมได้ ประกอบด้วย 1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายโดยธุรกิจ เพื่อสนองความจำเป็นหรือความต้องการของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะเป็นสินค้ามีตัวตนหรือเป็นบริการซึ่งไม่มีตัวตนก็ได้ 2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินหรือเป็นสิ่งที่ต้องจ่ายสำหรับการได้มาซึ่งบางสิ่ง 3. การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรม ใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด 4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างความเชื่อถือ เพื่อสร้างทัศนคติที่ดี เพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการ เพื่อเตือนความทรงจำ

ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อถือหรือพฤติกรรม การซื้อ การติดต่อสื่อสาร อาจเป็นการขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) และการขายโดยไม่ใช้พนักงานขาย (Nonpersonal Selling)

2. การสื่อสารทางการตลาด

พนิตสุภา ธรรมประมวล (2563) ได้ระบุว่า เครื่องมือหลักที่นักสื่อสารการตลาดใช้มีทั้งหมด 5 ช่องทาง คือ 1. การโฆษณา (advertising) หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสาร เป็นการสื่อสารจูงใจผ่านสื่อโฆษณาต่าง ๆ เพื่อจูงใจหรือโน้มน้าวใจให้กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายมีพฤติกรรม คล้อยตามเนื้อหาสาระที่โฆษณา 2. การประชาสัมพันธ์ (public relation) การเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจที่ดีขององค์กร รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างองค์กรกับกลุ่มเป้าหมาย 3. การส่งเสริมการขาย (sale promotion) คือการส่งเสริมการตลาดนอกเหนือจาก การโฆษณา การตลาดทางตรง การขายโดยใช้พนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ที่จัดขึ้นเป็นครั้งคราว เพื่อกระตุ้นความสนใจการทดลองใช้หรือการซื้อบริการของลูกค้า 4. การขายโดยพนักงานขาย (personal selling) ลักษณะของการขายโดยพนักงานเป็นการสื่อสารทางการตลาด แบบใช้พนักงานพบปะระหว่างบุคคล และใช้ความพยายามในการให้ความรู้แก่ลูกค้าให้ลูกค้าเกิดความชอบ ยอมรับ และตัดสินใจซื้อบริการให้เร็วที่สุด 5. การตลาดทางตรง (direct marketing) การทำการส่งเสริมการตลาด โดยตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคโดยอาจใช้สื่อหรือไม่ใช้สื่อก็ได้ซึ่งผู้ผลิตสามารถวัดผลได้ทันที

3. การตัดสินใจ

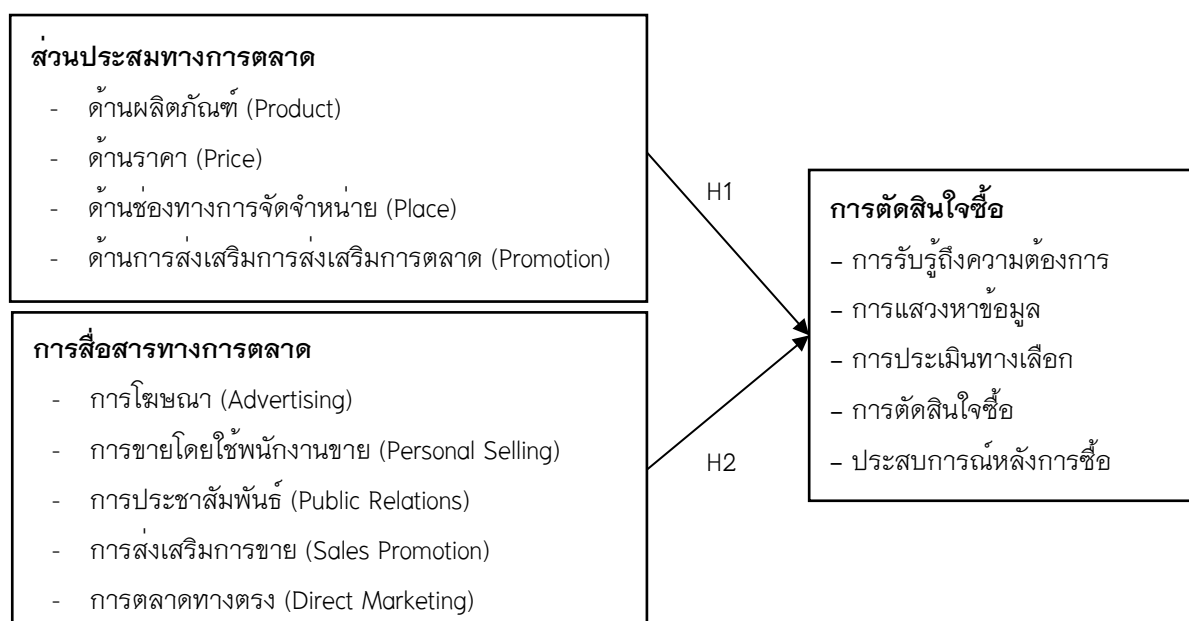
ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2563) ให้ความหมายของ กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคว่า หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทั้งด้านจิตใจ (ความรู้สึกนึกคิด) และ พฤติกรรมกายภาพ การซื้อเป็นพฤติกรรมทางด้านจิตใจและกายภาพซึ่งเกิดขึ้นช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ ทำให้เกิดการซื้อและเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น โดยส่วนประกอบของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย 1. การตระหนักถึงความต้องการ (Need recognition) กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคจะเริ่มขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกถึงความต้องการ ซึ่งอาจจะเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นภายใน หรืออาจเป็นความต้องการที่เกิดขึ้นจากสิ่งกระตุ้นภายนอก 2. การค้นหาข้อมูล (Search) เมื่อบุคคลได้ตระหนักถึงความต้องการแล้ว จะค้นหาวิธีการที่จะทำให้ความต้องการดังกล่าวได้รับความพอใจ 3. การประเมินผลทางเลือกต่างๆ (Evaluation of alternatives) หลังจากขั้นตอนของการค้นหาข้อมูลแล้ว ผู้บริโภคต้องทำการประเมินผลทางเลือกต่างๆ ที่เป็นไปได้ก่อนทำการตัดสินใจ ในขั้นนี้ผู้บริโภคต้องกำหนดเกณฑ์การพิจารณาที่จะใช้สำหรับการประเมินผล 4. การซื้อ (Purchase) หลังจากพิจารณาทุกสิ่งทุกอย่างแล้วก็มาถึงขั้นที่จะต้องตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ ถ้าการประเมินผลทางเลือกเป็นที่พอใจ การซื้อก็จะเกิดขึ้น 5. การประเมินผลหลังการซื้อ (Postpurchase evaluation) เมื่อมีการซื้อและใช้สินค้าแล้วการประเมินผลที่ได้รับจากการซื้อและใช้สินค้านี้

จะเกิดขึ้น ความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าที่เขาซื้อไปนั้นเป็นสิ่งสำคัญที่นักการตลาดควรจะต้องทราบ ทั้งนี้เพราะว่ามันมีผลต่อการซื้อซ้ำในครั้งต่อไป

สรุปการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยใช้แนวคิด ของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2563) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และแนวคิดการตัดสินใจ ที่มืองค์ประกอบคือ การรับรู้ถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และประสบการณ์หลังการซื้อ และแนวคิดการสื่อสารการตลาด ของ พนิตสุภา ธรรมประมวล (2563) ประกอบด้วย การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยพนักงานขาย และการตลาดทางตรง และแนวคิด

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด และแนวคิดการตัดสินใจ ของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2563) และแนวคิดการสื่อสารการตลาดของ พนิตสุภา ธรรมประมวล (2563) โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่วิจัยคือ จังหวัดอุดรดิตถ์ ประชากร คือ ผู้ที่มีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัยในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ ซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอนของประชากรได้ จึงทำการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของคอกแรน กรณีไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) ได้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2564) โดยจังหวัดอุดรดิตถ์ มี 9 อำเภอ ในการสุ่มขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจากอำเภอที่มีแนวโน้มที่ประชากรจะ

มีความต้องการซื้อที่อยู่อาศัย มาจำนวน 5 อำเภอ ได้แก่ 1. เมืองอุดรดิตถ์ 2. ลับแล 3. ท่าปลา 4. ทองแสน
ชั้น 5. พิชัย และนำประชากรทั้ง 5 อำเภอ มาคำนวณหาสัดส่วนดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงสัดส่วนของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 5 อำเภอ

อำเภอ	จำนวนประชากร	สัดส่วน(ร้อยละ)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
อำเภอเมืองอุดรดิตถ์	145,121	41.58	160
อำเภอลับแล	54,594	15.64	60
อำเภอท่าปลา	43,104	12.35	48
อำเภอทองแสนชั้น	31,279	8.96	34
อำเภอพิชัย	74,883	21.46	83
รวม	348,981	100.00	385

ที่มา: ข้อมูลพื้นฐานแผนพัฒนาจังหวัดอุดรดิตถ์ (สำนักงานสถิติจังหวัดอุดรดิตถ์, 2564)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม มีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับ
วัตถุประสงค์ (IOC) มีค่าระหว่าง 0.67 –1.00 และมีค่าความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม (Reliability) 0.871
และนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยสถิติพื้นฐานได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
และสถิติอ้างอิงใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยวิธี Enter Selection

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด กระบวนการสื่อสาร
ทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ ผลการวิจัยพบว่า

ตารางที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย (ภาพรวม)

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.54	0.466	มากที่สุด
ด้านราคา	4.51	0.545	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.32	0.610	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.60	0.564	มากที่สุด
รวม	4.49	0.470	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าในภาพรวมส่วนประสมทางการตลาดมี
ความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ส่วนประสมทาง
การตลาดที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา

ตารางที่ 3 การสื่อสารการตลาดของการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

การสื่อสารการตลาด	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
ด้านการโฆษณา	4.07	0.676	มาก
ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย	4.56	0.571	มากที่สุด
ด้านการประชาสัมพันธ์	4.25	0.635	มาก
ด้านการส่งเสริมการขาย	4.50	0.583	มาก
ด้านการตลาดทางตรง	4.13	0.710	มาก
รวม	4.30	0.509	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าเป็นภาพรวมการสื่อสารการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การสื่อสารการตลาดที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย และการสื่อสารการตลาดที่มีความสำคัญในระดับมากคือ ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการตลาดทางตรง และด้านการโฆษณา

ตารางที่ 4 กระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย

กระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ	4.08	0.698	มาก
ด้านการแสวงหาข้อมูล	4.32	0.602	มาก
ด้านการประเมินทางเลือก	4.45	0.619	มาก
ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.42	0.547	มาก
ด้านประสบการณ์หลังการซื้อ	4.51	0.593	มากที่สุด
รวม	4.36	0.499	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าเป็นภาพรวมกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยมีความสำคัญในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ ด้านประสบการณ์หลังการซื้อ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด กระบวนการสื่อสารทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ เมื่อทำการทดสอบสมมติฐานแล้วผลปรากฏดังนี้

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ ด้วยวิธี Enter

ตัวแปรอิสระ	อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค					
	B	SE	Beta	t	p-value	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	0.659	0.163		4.051	0.000	
ด้านผลิตภัณฑ์ (X ₁)	0.271	0.052	0.253	5.229	0.000**	2.262
ด้านราคา (X ₂)	0.044	0.050	0.048	0.885	0.377	2.860
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X ₃)	0.288	0.036	0.352	8.106	0.000**	1.816
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X ₄)	0.223	0.047	0.252	4.716	0.000**	2.754
SE = 0.31487, F = 146.331, Adj R ² = 0.602, R ² = 0.606						

*มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 **มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณรายด้าน พบว่า ตัวแปรอิสระ 3 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด อธิบายค่าความผันแปรของส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ ได้ร้อยละ 60.2

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณของการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ ด้วยวิธี Enter

ตัวแปรอิสระ	อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค					
	B	SE	Beta	t	p-value	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	0.732	0.128		5.711	0.000	
ด้านการโฆษณา (X ₁)	0.100	0.032	0.135	3.150	0.002**	2.285
ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย (X ₂)	0.227	0.037	0.259	6.085	0.000**	2.254
ด้านการประชาสัมพันธ์ (X ₃)	0.202	0.039	0.256	5.240	0.000**	2.972
ด้านการส่งเสริมการขาย (X ₄)	0.192	0.034	0.224	5.597	0.000**	1.981
ด้านการตลาดทางตรง (X ₅)	0.113	0.031	0.161	3.670	0.000**	2.384
SE = 0.277768, F = 172.283, Adj R ² = 0.690, R ² = 0.694						

*มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 **มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณรายด้าน พบว่า ตัวแปรอิสระ (การสื่อสารทางการตลาด) ทุกตัวแปรมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อธิบายค่าความผันแปรของการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ ได้ร้อยละ 69.0

อภิปรายผลการวิจัย

ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด กระบวนการสื่อสารทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ซึ่งมีความใกล้เคียงกับงานวิจัยของ ศศิพร บุญชู (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของโครงการบ้านจัดสรร ในพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี แล้วพบว่า ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อบ้านโดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก จะเห็นได้ว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญในระดับมากต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2563) ที่ให้ความหมายไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดหมายถึง เครื่องมือการตลาดที่ธุรกิจต้องใช้เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์การตลาดในตลาดเป้าหมาย หรือเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของกลยุทธ์การตลาดที่ธุรกิจต้องใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย เห็นได้ว่าตามแนวคิดของนักวิชาการได้กล่าวว่าส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญ และการวิจัยต่าง ๆ ก็ยังพบว่าปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญในระดับมากเช่นเดียวกัน

สำหรับการสื่อสารการตลาด ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในระดับมาก โดยการสื่อสารการตลาดที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ ด้านการขายโดยใช้พนักงานขาย ซึ่งผลการวิจัยที่ได้ดังกล่าวมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ อัครเดชา (2559) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อความสนใจซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แล้วพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านการสื่อสารการตลาด ในภาพรวมอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน และผลการวิจัยยังเป็นไปตามแนวคิดของ บาร์โวลส์, แพตทริก (2563) ที่ได้กล่าวไว้อีกว่าเป้าหมายสุดท้ายของการสื่อสารทางการตลาด คือ การสร้างอิทธิพลให้บุคคลหนึ่งทำการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยจากผลการวิจัยที่สอดคล้องคือ การสื่อสารการตลาดที่สำคัญได้แก่เรื่อง การที่พนักงานขายสามารถช่วยเหลือเมื่อได้รับคำร้องขอจากลูกค้าได้เป็นอย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และยินดีบริการ และสามารถอธิบายรายละเอียดของโครงการได้อย่างชัดเจน

ในภาพรวมของกระบวนการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในจังหวัดอุดรดิตถ์นั้นมีความสำคัญในระดับมาก โดยกระบวนการที่มีความสำคัญในระดับมากที่สุดคือ ด้านประสบการณ์หลังการซื้อ โดยผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุทธพงษ์ อรรถกานนท์ (2564) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคหมู่บ้านพฤษภา 83 บรมราชชนนี จังหวัดนครปฐม แล้วพบว่า การตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยจะเห็นได้ว่างานวิจัยมีความเหมือนกันในเรื่องระดับความสำคัญซึ่งอยู่ในระดับมาก แต่มีความแตกต่างกันในลำดับความสำคัญซึ่งอาจเป็นเพราะงานวิจัยนี้ศึกษาในจังหวัดอุดรดิตถ์ โดยไม่ได้เฉพาะเจาะจงโครงการ แต่งานวิจัยของ ยุทธพงษ์ นั้นเป็นการระบุเจาะจงหมู่บ้านที่ต้องการทำงานวิจัย อย่างไรก็ตามผลการวิจัยดังกล่าวเป็นไปตามแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, องอาจ ปทะวานิช, ปริญ ลักขิตานนท์ และสุพรีร์ ลิ้มไทย (2563) ซึ่งให้ความหมาย

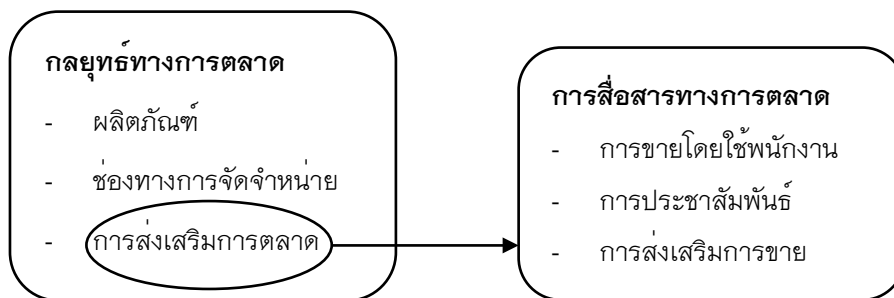
ของ กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคว่าหมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทั้งด้านจิตใจ และ พฤติกรรมกายภาพ การซื้อเป็นพฤติกรรมทางด้านจิตใจและกายภาพซึ่งเกิดขึ้นช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อและเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่น ซึ่งสำหรับงานวิจัยครั้งนี้ด้านประสบการณ์หลังการซื้อมีความสำคัญมากที่สุด โดยเฉพาะเรื่องของการรับประกันหลังการขาย และการช่วยแก้ปัญหาหลังการซื้อขาย ซึ่งความประทับใจจะส่งผลให้เกิดการบอกต่อ เพื่อให้เกิดการซื้อตามนั่นเอง

ส่วนประสมทางการตลาด กระบวนการสื่อสารทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด และสามารถอธิบายค่าความผันแปรของส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ ได้ถึงร้อยละ 60.2 ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัช สหเมธาพัฒน์ และนลินี เหมาะประสิทธิ์ (2564) ซึ่งได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพิจิตร แล้วพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัย ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อยู่ร้อยละ 50 นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของวสันต์ กานต์วรรัตน์ (2563) ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี แล้วพบว่า การตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทมีความสัมพันธ์กับด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งจากงานวิจัยนี้พบว่าส่วนประสมทางการตลาดที่สำคัญของทั้ง 3 ด้าน คือ 1. ด้านผลิตภัณฑ์ คือ วัสดุมีคุณภาพและมาตรฐาน การออกแบบจัดวางพื้นที่คุ้มค่า และความสวยงาม 2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ การให้รายละเอียดในกลุ่มซื้อขายบ้านและที่ดินอุดรดิตถ์ และช่องทางการขายออนไลน์ 3. ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การให้ของแถม การรับประกันค่าธรรมเนียมการโอนให้กับลูกค้า และมีการให้ส่วนลดเงินสดในการซื้อ

นอกจากนี้การทดสอบสมมติฐานงานวิจัย ยังพบอีกว่า การสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และสามารถอธิบายค่าความผันแปรของการสื่อสารทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ ได้ร้อยละ 69.0 ซึ่งบางส่วนสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ อัครเดชา (2559) ที่ศึกษาเรื่อง การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อความสนใจซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล แล้วพบว่า การสื่อสารการตลาด ส่งผลต่อความสนใจซื้อบ้านเดี่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

ผลการวิจัยค้นพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์คือ ผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย 69.4% ดังนั้นควรวางกลยุทธ์ที่เน้นความโดดเด่น หรือแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และทำการประชาสัมพันธ์โดยใช้พนักงานขาย พร้อมไปกับการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ (ภาพที่ 2)



ภาพที่ 2 แสดงการผสมผสานกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด และการสื่อสารทางการตลาด

สรุป

งานวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด กระบวนการสื่อสารทางการตลาด ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภคในเขตจังหวัดอุดรดิตถ์ ซึ่งข้อค้นพบของงานวิจัยมีประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจลงทุนในอสังหาริมทรัพย์อื่นๆ ด้วย ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจการสร้างตึกแถว คอนโดมิเนียม ในจังหวัดอุดรดิตถ์ โดยเฉพาะหากสามารถนำกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด ผสมผสานกับการสื่อสารการตลาดเข้าด้วยกันได้อย่างตรงจุดจะยิ่งมีประโยชน์และสามารถนำไปกำหนดกลยุทธ์สำหรับธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในจังหวัดอุดรดิตถ์ได้เป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ควรให้ความสำคัญในกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด และด้านผลิตภัณฑ์ โดยใช้วัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างมีคุณภาพและมาตรฐาน ดีไซน์แบบบ้านให้เกิดการใช้ประโยชน์พื้นที่สูงสุด มีรูปแบบที่ทันสมัย และลูกค้าสามารถออกแบบบ้านได้เอง นอกจากนี้อาจนำนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในการก่อสร้างเพื่อให้สามารถลดระยะเวลา หรือการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างความปลอดภัย เช่น การส่งงานด้วยเสียง การใช้รีโมทระยะไกลในการควบคุมการทำงาน เป็นต้น ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น อาจมีการให้โปรโมชั่นของแถมต่าง ๆ โดยการกำหนดวงเงินให้ลูกค้าได้มีโอกาสเลือกสินค้าที่ต้องการ

ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ หรือผู้ประกอบการบ้านจัดสรรจึงควรเทรนให้พนักงานขายสามารถอธิบายรายละเอียดของโครงการได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในเรื่องการให้ข้อมูลเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของโครงการ ทั้งในการพูดคุยต่อหน้า และการให้ข้อมูลในสื่อสังคมออนไลน์ พนักงานขายควรมีมโนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ยินดีบริการ และสามารถช่วยเหลือเมื่อได้รับคำร้องขอจากลูกค้าได้เป็นอย่างดี

ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ควรทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจมากที่สุด เช่น การรับประกันหลังการขาย โดยที่หากลูกค้าซื้อบ้านไปแล้วประสบปัญหาในการใช้งานเช่น พบรอยแตกร้าว น้ำรั่ว ซึม อุปกรณ์ชำรุด ภายใน 1 ปี จะมีการช่วยแก้ไขปัญห และซ่อมแซมหรือรับประกันให้ เนื่องจากปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาที่ส่งผลให้เกิดความรำคาญใจ และหาช่างมาซ่อมได้ค่อนข้างยาก หากมีการบริการดังกล่าว แล้วลูกค้าเกิดความพึงพอใจหรือประทับใจในการให้บริการ ก็จะทำให้เกิดการบอกต่อให้ซื้อโครงการ หรือโครงการที่เจ้าของโครงการเป็นบริษัทเดียวกัน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปอาจทำการศึกษาเฉพาะเจาะจงถึงการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว ตึกแถว หรือ คอนโดมิเนียมในจังหวัดอุดรธานี เพราะในการซื้ออยู่อาศัยแต่ละแบบอาจมีปัจจัยที่แตกต่างกัน ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จะสามารถนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่เป็นประโยชน์ได้ชัดเจนขึ้น นอกจากนี้ อาจทำการศึกษาเจาะจงกลุ่มลูกค้าในช่วงอายุเช่น Gen Y ซึ่งเป็นกลุ่มอายุที่กำลังจะก่อร่างสร้างตัว และอาจเป็นกลุ่มลูกค้ากลุ่มหลักที่จะซื้อบ้านเดี่ยวในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2564). สถิติสำหรับงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 13). กรุงเทพฯ: สามลดา.
- จุฑามาศ อัครเดชา. (2559). การสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อความสนใจซื้อบ้านเดี่ยว ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ธนาคารกสิกรไทย. (2564). คาดกิจกรรมการซื้อที่อยู่อาศัยในกรุงเทพฯและปริมณฑลปี 2564 หดตัวต่อเนื่องเป็นปีที่ 3. สืบค้น 11 กรกฎาคม 2564, จาก <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/real-estate-z3228.asp>
- ธัช สหเมธาพัฒน์ และนลินี เหมาะประสิทธิ์. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออสังหาริมทรัพย์ประเภทที่อยู่อาศัยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิจิตร (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: เอส.อาร์.พรินติ้ง แมสโปรดักส์.
- บาร์โรว์, แพตทริก. (2563). คัมภีร์การตลาด. (ปฏิพล ตั้งจักรวรานนท์, ผู้แปล). กรุงเทพฯ: เอ็กซ์เปอร์เน็ท.

- ปรีชา วงศ์ทิพย์. (2564). *ความสัมพันธ์ระหว่างบ้านและชุมชน*. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2564, จาก <http://www.human.cmu.ac.th/home/hc/ebook/006103/lesson4/01.htm>
- พนิตสุภา ธรรมประมวล. (2563). *การตลาดบริการ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลีฟวิ่ง.
- ยุทธพงษ์อรัญญากานนท์. (2564). *แนวทางการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคหมู่บ้านพฤษภา83 บรมราชชนนี จังหวัดนครปฐม*. การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา ครั้งที่ 8 ประจำปี พ.ศ.2564 “สู่ชีวิตวิถีใหม่ ด้วยงานวิจัยทางสุขภาพและการบริการ.687-695.
- วสันต์ กานต์วรรธน์.(2563). ปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการที่พัก รีสอร์ทของนักท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*,4(2),158.
- วิจัยกรุงศรี. (2564).*แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2564-2566 : ธุรกิจที่อยู่อาศัย*.สืบค้น 8 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.krungsri.com/th/research/industry>
- ศศิพร บุญชู. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของโครงการบ้านจัดสรรในพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2563). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: อีระฟิล์ม และโซเท็กซ์.
- สำนักงานสถิติจังหวัดอุดรธานี. (2564). *ผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดอุดรธานี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2564*. สืบค้นเมื่อ 11 กรกฎาคม 2565, จาก https://www2.uttaradit.go.th/files/com_news_devpro/2021-11_ec27cad80186277.pdf

สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง

The competency of professional accountant in digital era in order to develop
accounting office quality in Rayong province

จารุพร พฤกษาร¹, รัชณีภรณ์ คณะพูล² และ *กาญจนา ผลาผล³

Jaruporn Pruekthara¹, Ratchaneeporn Khanapool² and Kanchana Phalaphon³

สาขาวิชาการบัญชี คณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี^{1,2,3}

Department Accounting of Social Technology Rajamangala University of Technology Tawan – Ok Chantaburi
Campus Academic, Thailand^{1,2,3}

E-mail: ¹Puektara.1132@gmail.com; ²Ratchaneepornkhanapun@gmail.com; ³Kanchana_ph@rmutto.ac.th

Retrieved August 26, 2022; Revised November 19, 2022; Accepted November 28, 2022

DOI: 10.14456/jappm.2022.26

บทคัดย่อ

วิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของสมรรถนะนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลกับการพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ นักบัญชีที่ปฏิบัติงานในสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง จำนวน 60 แห่ง 246 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพของสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง ผลศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสมรรถนะนักวิชาชีพในยุคดิจิทัล ภาพรวมมีความคิดเห็นระดับมาก ความสำคัญอันดับแรกคือ การเข้าใจเครื่องมือดิจิทัลในการรักษาความปลอดภัยข้อมูลทางบัญชี ($\bar{X}=4.48$ S.D.=0.39) เกี่ยวกับคุณภาพของสำนักงานบัญชี ภาพรวมมีระดับความคิดเห็นมาก ความสำคัญอันดับแรกคือ ความสำคัญกับการจัดทำงบการเงินได้อย่างถูกต้อง คำนวณตัวเลขไม่ผิดพลาด ($\bar{X}=4.60$ S.D.=0.63) การศึกษาความสัมพันธ์ของสมรรถนะนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลกับการพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี พบว่า สมรรถนะของนักวิชาชีพในยุคดิจิทัล 8 ด้าน ดังนี้ 1) ความสามารถในการใช้โปรแกรมบัญชีและโปรแกรมทางธุรกิจ 2) ทักษะการค้นหาค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจเนื้อหาบัญชี 3) ทักษะในการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลการเงินและบัญชี

4) ความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ทางการทำบัญชี 5) การเข้าใจเครื่องมือดิจิทัลในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลทางบัญชี 6) ความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี 7) จรรยาบรรณและทัศนคติ 8) ประสิทธิภาพในการทำงาน มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพสำนักงานบัญชี 5 ด้าน ดังนี้ 1) การจัดทำงบการเงินได้อย่างถูกต้อง คำนวณตัวเลขไม่ผิดพลาด 2) การจัดทำงบการเงินได้รวดเร็ว ทันเวลากำหนดส่งงบการเงิน 3) การปฏิบัติงานมุ่งเน้นผลลัพธ์ที่ได้คุ้มค่ากับทรัพยากรที่ใช้ไป 4) การปฏิบัติงานจะบรรลุเป้าหมาย 5) การปฏิบัติงานจะประสบความสำเร็จในวิชาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: สมรรถนะ; นักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัล; คุณภาพสำนักงานบัญชี

Abstract

The purposes of this study aimed to investigate the competency of professional accountant in digital era in order to develop accounting office quality and to analyze the relationship of professional accountant competence in the digital era and the development of accounting firm quality in Rayong province. The sample in the research was 246 accountants from 60 accounting offices. Questionnaire was applied for collecting the data. The statistics used were mean, standard deviation, analysis of relationships between variables and multiple linear regression.

The result revealed the overview of the competency of professional accountant in digital era in order to develop accounting office quality in Rayong province was good. The highest level of opinion was the understanding digital tools for securing accounting data ($\bar{X}=4.48$ and $SD = 0.39$). Moreover, the overall quality of the accounting firm was good. The highest level of opinion was the importance of preparing financial statements correctly ($\bar{X}=4.60$ and $SD = 0.63$). The study of the relationship between professional accountants in the digital era and the development of accounting firm quality revealed that the competence of professional accountants showed 8 aspects such as 1) using accounting and business program, 2) searching business information, 3) communicating about financial and accounting, 4) creating innovation in accounting, 5) understanding digital tools for securing accounting data, 6) knowledge of accounting professions, 7) ethics and attitude, 8) work experience had a statistically significant relationship with the quality of accounting firms in 5 aspects. The first aspect was accuracy in preparation of financial statements. The next was to prepare financial statements quickly and on time for the submission of financial statements. The third was operations focusing on results that are worth the resources. Then operations will achieve goals. And the last aspect revealed that performance will be professionally successful at a statistically significant level of 0.05. In addition

Keywords: Competency; Professional accountants in the digital era; Quality of accounting firms

บทนำ

การพัฒนาประเทศไทยใต้ “ประเทศไทย 4.0” เป็นนโยบายที่นำพาประเทศไทยไปสู่การเป็นประเทศที่มั่งคั่ง มั่นคง และยั่งยืน มีการปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจ การปฏิรูปการวิจัยและการพัฒนา การปฏิรูปการศึกษายุคไทยแลนด์ 4.0 ธุรกิจต่าง ๆ ปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานสู่ยุคดิจิทัลทุกอย่างเปลี่ยนเข้าสู่ระบบคอมพิวเตอร์ การประกอบธุรกิจและทำงานออนไลน์ หรือการนำเอาระบบคลาวด์เข้ามาใช้สร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ จึงต้องมีการพัฒนาประเทศให้เป็นประเทศเศรษฐกิจใหม่ (กมลกุลสันทะจักร์และ กนกศักดิ์ สุขวัฒนาสินธิ์, 2560) ในอดีตการทำบัญชีเริ่มต้นด้วยระบบบันทึกบัญชีด้วยมือ และเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงมีเครื่องคอมพิวเตอร์มีการพัฒนาให้มีโปรแกรมบัญชีสามารถช่วยผ่านรายการบัญชีไปยังบัญชีต่าง ๆ ได้รวดเร็วขึ้น แต่ในปัจจุบันยุคที่กระแสการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีกำลังมาแรง มีการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาใช้งานในหลาย ๆ อุตสาหกรรมไม่ว่าภาคการผลิตหรือภาคบริการเกิดขึ้นในทุกธุรกิจ เทคโนโลยีที่เรียกว่าปัญญาประดิษฐ์ Artificial Intelligence (AI) คือการสร้างให้สิ่งไม่มีชีวิตมีความฉลาด และสามารถทำงานแทนมนุษย์ได้จะมาทดแทนนักบัญชี การพัฒนาของเทคโนโลยี AI และการนำไปใช้งานได้เปลี่ยนแปลงบทบาทของงานทางด้านบัญชีอย่างรวดเร็ว งานของนักบัญชีจะถูกทดแทนในส่วนของงานที่ซ้ำซ้อนและจะส่งผลกระทบต่ออาชีพทางด้านบัญชีทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ผลก็คือนักบัญชีจำเป็นต้องเพิ่มสมรรถนะ ทักษะและความสามารถใหม่ๆให้กับตัวเองเพื่อที่จะตามเทคโนโลยีให้ทัน ต้องเพิ่มทักษะโดยอาศัย ความสามารถในการใช้โปรแกรมบัญชีและโปรแกรมทางธุรกิจ ทักษะการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจเนื้อหาบัญชี ทักษะในการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลการเงินและบัญชี ความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ทางการทำบัญชี การเข้าใจเครื่องมือดิจิทัลในการรักษาความปลอดภัยข้อมูลทางบัญชี (เบญจวรรณ ธนอมชยธวัช, 2559) นักบัญชีจำเป็นต้องพัฒนาทำความเข้าใจลักษณะธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ธุรกิจเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่จะมีโมเดลธุรกิจที่แปลกใหม่ซับซ้อนมากขึ้น โดยส่วนใหญ่ภาคธุรกิจมีการใช้บริการสำนักงานบัญชีในการจัดทำรายการทางการเงิน หากนักบัญชีมีการพัฒนาสมรรถนะโดยประยุกต์เทคโนโลยีดิจิทัลกับการพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี จะเป็นบทบาทสำคัญในการสนับสนุนให้ธุรกิจสำนักงานบัญชี สามารถจัดทำบัญชี และจัดทำงบการเงินอย่างครบถ้วน รวดเร็ว ถูกต้องตามกฎหมายและมาตรฐานการบัญชี สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริหาร ผู้ใช้งบการเงิน และนักลงทุนได้ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2558)

ระหว่างปี พ.ศ. 2559–2563 สมาคมผู้สอบบัญชีรับอนุญาตได้เห็นถึงความสำคัญของการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดิจิทัล จึงได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับนักบัญชีมืออาชีพที่เปลี่ยนแปลงไป โดยศึกษางานวิจัยเกี่ยวกับบทบาทนักบัญชีที่ต้องเปลี่ยนแปลง ซึ่งปัจจัยที่มีผลกระทบมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านจริยธรรม ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และการตระหนักถึงความเป็นดิจิทัล (ACCA, 2016b) นักบัญชีมืออาชีพมีความสำคัญในการเป็นศูนย์กลางขององค์กร ดังนั้นต้องมีการพัฒนาศักยภาพ

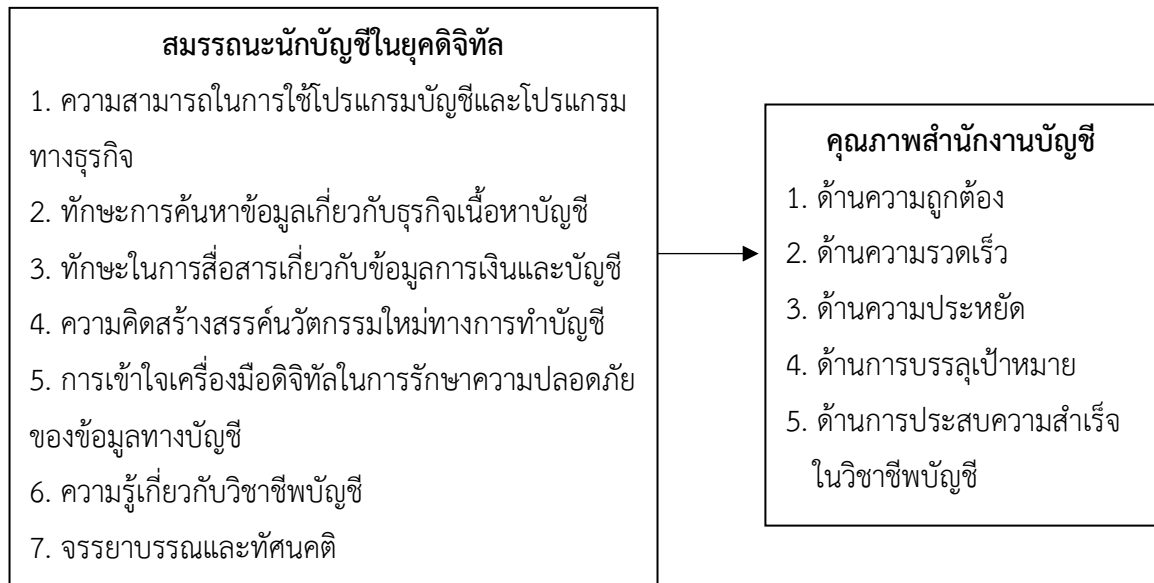
โดยเฉพาะในด้านเทคโนโลยีและดิจิทัล ต้องยกระดับวิธีการทำงานสามารถวิเคราะห์ข้อมูลที่มีจำนวนมาก ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการวิเคราะห์และแก้ไขปัญหา ด้านจรรยาบรรณทางวิชาชีพ และด้านภาษา (สรวิชชุ บุญวุฒิ และ ไพฑูรย์ อินตะชน, 2559) มีทักษะและความรู้เกี่ยวกับวิธีการใช้เทคนิคดิจิทัล การปรับปรุงกระบวนการให้คำปรึกษาการสื่อสารที่ทำให้งานมีประสิทธิภาพ (Kane et al., 2015) ทักษะความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี จรรยาบรรณและทัศนคติ ทักษะความสามารถในการทำงานจริง (เบญจวรรณ ถนอมชยธวัช, 2559) นักบัญชีจะต้องมีความเข้าใจระบบสารสนเทศทางการบัญชีและเทคโนโลยีในระดับที่สามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาระบบเพื่อให้ทันกับระบบงานของลูกค้าและรูปแบบการปฏิบัติงานของนักบัญชีที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีได้อย่างทันต่อเวลาและเข้าใจได้ การสื่อสารและทำงานเพื่อการหาทางออกของปัญหาให้กับองค์กรจะมีส่วนสำคัญมากขึ้น มีส่วนร่วมกับฝ่ายบริหารในการทำงานเชิงกลยุทธ์ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาองค์กรในหน้าที่การสนับสนุนข้อมูลเชิงตัวเลข โดยเฉพาะภาคธุรกิจสำนักงานบัญชี สามารถจัดทำบัญชี และงบการเงินอย่างครบถ้วน ถูกต้องตามมาตรฐานการบัญชี ในภาคธุรกิจที่ก่อให้เกิดประโยชน์เชิงเศรษฐกิจแก่ธุรกิจ ผู้ใช้งบการเงินและสร้างความเชื่อมั่นของนักลงทุนได้ (จิระพร เนตรนุช, 2563)

จากเหตุผลดังกล่าวจึงสนใจวิจัย สมรรถนะนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลกับการพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง ซึ่งจังหวัดระยองเป็นจังหวัดที่มีการขยายตัวบริษัทจำนวนมาก และจดทะเบียนจัดตั้งใหม่ธุรกิจอยู่ในเขต (EEC) มีธุรกิจเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาสมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีเพื่อนำองค์ความรู้มาประยุกต์ใช้ร่วมกันจนสามารถสร้างส่งเสริมเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานสร้างคุณค่าลดต้นทุน ความรู้ความสามารถ ประสิทธิภาพการทำงาน นำไปสู่การจัดทำรายงานทางการเงินมีประสิทธิภาพนำไปใช้สำหรับการตัดสินใจของผู้บริหาร และผู้ใช้ข้อมูลอื่น ๆ ในการวางแผนตัดสินใจและกำหนดนโยบาย (บุญช่วง ศรีธรรมราช, 2561) สำนักงานบัญชีสามารถสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อปรับปรุงคุณภาพการปฏิบัติงานของนักวิชาชีพบัญชีในสำนักงานบัญชีเพื่อนำไปเป็นข้อมูลในการให้บริการที่มีคุณภาพ สามารถจัดทำและส่งงบการเงินที่มีความถูกต้อง รวดเร็ว ตัดสินใจและวางแผนการเติบโตธุรกิจเป็นประโยชน์ต่อการบริหารงานของผู้บริหารได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์สมรรถนะนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลกับการพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดสมรรถนะนักบัญชีดิจิทัล

สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัล หมายถึงความรู้ทางวิชาชีพและความรู้ด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับทักษะวิชาชีพ คุณลักษณะเฉพาะแต่ละบุคคลจะแสดงออกในรูปแบบของการทำงาน ความคิด และการกระทำในการทำงานนักบัญชีต้องมีการฝึกฝนและพัฒนาตนเองอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องเพื่อให้การทำงานประกอบวิชาชีพสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายองค์กร สมรรถนะนักบัญชีจึงควรมีองค์ประกอบสำคัญ คือ ความรู้ทางวิชาชีพ ความรู้ด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทักษะทางวิชาชีพ คุณลักษณะเฉพาะส่วนบุคคล สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัล หมายถึง ความรู้ความสามารถทางวิชาชีพ และด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสมรรถนะนักวิชาชีพบัญชีสามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ 1. ความรู้ทางวิชาการ ได้มีการระบุไว้ในมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ฉบับที่ 2 (IES 2) จะกล่าวถึงเนื้อหาของหลักสูตรการศึกษานักวิชาชีพบัญชี 2. ทักษะในการปฏิบัติงานตามที่กำหนดในมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี ฉบับที่ 3 (IES 3) ทักษะทางปัญญา ทักษะทางวิชาการเชิงหน้าทำงานและปฏิบัติ ทักษะส่วนบุคคล ทักษะการปฏิสัมพันธ์ทักษะ การสื่อสารและทักษะการจัดการองค์กรและธุรกิจ (ณัฐธรร เจริญกุล, 2561)

แนวคิดความสัมพันธ์สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัล

อริยา สรศักดิ์ดา (2563) สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี ทักษะในการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลการเงินและบัญชี ความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่

ทางการบัญชี การเข้าใจเครื่องมือดิจิทัลในการรักษาความปลอดภัยข้อมูลทางบัญชี ทักษะความรู้เกี่ยวกับกับวิชาชีพบัญชีจรรยาบรรณและทัศนคติ ประสบการณ์ในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสำนักงานบัญชีด้านความถูกต้อง ความรวดเร็ว ความประหยัด การบรรลุเป้าหมายการประสบความสำเร็จในวิชาชีพบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ และโปรแกรมบัญชีและโปรแกรมทางธุรกิจมีความสัมพันธ์กับคุณภาพสำนักงานบัญชีด้านความถูกต้อง ความรวดเร็ว ความประหยัด อย่างมีนัยสำคัญ และทักษะการค้นหาข้อมูลทางบัญชีและภาษีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสำนักงานบัญชีด้านความประหยัด และการบรรลุเป้าหมายอย่างมีนัยสำคัญ สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัล ด้านทักษะความรู้เกี่ยวกับกับวิชาชีพบัญชีส่งผลกระทบต่อคุณภาพสำนักงานบัญชีด้านความถูกต้อง ความรวดเร็ว และการประสบความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี จรรยาบรรณและทัศนคติส่งผลกระทบต่อเชิงบวกกับคุณภาพสำนักงานบัญชีด้านความประหยัดและการบรรลุเป้าหมายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

รุ่งระวี มั่งสิงห์และชุมพล รอดแจ่ม.(2563) ความสัมพันธ์ของสมรรถนะของนักบัญชีที่พึงประสงค์ในยุคดิจิทัลกับมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศสำหรับผู้ประกอบวิชาชีพบัญชี สมรรถนะของนักบัญชีที่พึงประสงค์ในยุคดิจิทัล ด้านความรู้และปัญญาในวิชาชีพ ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านการปฏิบัติงาน และด้านความชำนาญในทักษะต่างๆ มีความสัมพันธ์กับมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ ภาพรวมประกอบด้วย การเติบโตทางเศรษฐกิจมีส่วนในการส่งเสริมการสร้างสมรรถนะของนักบัญชี เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการตามเกณฑ์มาตรฐานระหว่างประเทศ (Standard 1) ความรอบรู้ในโปรแกรมด้านบัญชีทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อส่งเสริมศักยภาพด้านการใช้โปรแกรมบัญชี (Standard 2) ความรู้ในด้านการวางแผนและควบคุมงบประมาณการหรือการวางแผนทางการเงินขององค์กร (Standard 3) มีความสามารถในการตรวจสอบและประเมินในงบการเงินต่าง ๆ (Standard 4) และปัจจัยสนับสนุนพื้นฐานจากองค์กร ทั้งทรัพยากรสนับสนุนการทำงาน และการส่งเสริมความรู้เพิ่มเติมจากการฝึกอบรม (Standard 5)

Ku Bahador and Haider (2012) ทักษะและความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ: กรณีศึกษาสำหรับนักบัญชีมืออาชีพพบว่าเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้นักบัญชีมืออาชีพต้องยกระดับทักษะเพื่อให้ทำงานได้ดีขึ้น เป็นผลให้เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับระดับของความสามารถที่นักบัญชีมีในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและสอดคล้องกับงานวิจัยกับ Damasiotis, et al. (2014) ความสามารถด้านไอทีสำหรับนักบัญชีมืออาชีพ พบว่าความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกควบคู่ไปกับผลกระทบของข้อมูลในฐานะทรัพยากรที่สำคัญได้มีการปฏิรูปอย่างมาก บทบาทและการสนับสนุนของนักบัญชีและการเงินมืออาชีพ ไอทีได้ปรับเปลี่ยนวิธีการรวบรวมจัดเก็บประมวลผลและการกระจาย ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธุรกิจและเป็นผลให้นักบัญชีได้รับผลกระทบอย่างมากจากการเปลี่ยนแปลง การใช้งานของไอทีในการบัญชีมีการใช้กันอย่างแพร่หลายและได้กลายเป็นกิจวัตรประจำวันทุกวัน ดังนั้นจึงเป็นไปได้ที่การ

ดำเนินงานส่วนใหญ่ทางการเงินและทางการเงิน จะไม่ต้องมีส่วนร่วมของไอที สิ่งนี้แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญในความสามารถที่จำเป็นจากนักบัญชี

แนวคิดคุณภาพสำนักงานบัญชี

สำนักงานบัญชีจะมีคุณภาพ ควรจะมีความสามารถบริการงานให้เหนือความคาดหวังของลูกค้าหรือผู้รับบริการ การบริการต้องบริการด้วยความเต็มใจ บริการงานได้สะดวกรวดเร็ว ทันต่อเวลาที่กำหนดหรือก่อนถึงเวลาที่กำหนดและรักษาระดับการบริการ มาตรฐานการบริการให้เสมอต้นเสมอปลายต่อเนื่อง และพัฒนาความรู้ความสามารถตลอดเวลา (มนัสวีร์ วิญญูภาพ, 2560) โดยคุณภาพสำนักงานบัญชีสามารถจำแนกได้ 5 ประการ ดังนี้

ความถูกต้อง หมายถึง การทำงานที่มีความสำเร็จ ถูกต้องเรียบร้อย และสมบูรณ์ครบถ้วน รายการทางการเงินถูกต้องตามที่มาตรฐานกำหนดไว้ (บุญช่วง ศรีธรรมราชกูร์, 2561)

ความรวดเร็ว หมายถึง การที่นักบัญชีของบริษัทสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายสำเร็จ บรรลุผลภายในระยะเวลาตามที่กำหนดไว้ (บุญช่วง ศรีธรรมราชกูร์, 2561)

ความประหยัด หมายถึง การกำหนดค่าใช้จ่ายทั้งหมดจากการปฏิบัติงานทางการเงินบัญชีใช้ทรัพยากรตามระยะเวลาที่ปฏิบัติงานทางการเงินบัญชีที่ได้รับมอบหมายไว้ได้อย่างคุ้มค่าการประหยัดต้นทุน เป็นการใช้จ่ายที่คุ้มค่า เสียค่าใช้จ่ายน้อย แต่ได้คุณภาพ การประหยัดทรัพยากรเป็นการใช้วัสดุอุปกรณ์ที่มีอยู่เหมาะสมและปฏิบัติงานทางการเงินบัญชีได้สำเร็จการประหยัดเวลา การทำงานบัญชีรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์ อีกทั้งยังสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจเร็วขึ้น (บุญช่วง ศรีธรรมราชกูร์, 2561)

การบรรลุเป้าหมาย หมายถึง การกำหนดจุดมุ่งหมาย จุดหมายปลายทางที่ตั้งใจไว้ว่าจะไปให้ถึง และสามารถนำพาตนเองไปถึงได้ ตามกรอบความชัดเจน ซึ่งเวลาจะเป็นเครื่องวัดในความชัดเจน มีเป้าหมายเพื่อสิ่งที่จะต้องการจะทำให้เกิดผลสำเร็จ สามารถวัด ตรวจสอบและทำความเข้าใจได้ทันที (ธีรเดช วิริยะกุล, 2559)

การประสบความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี หมายถึง การทำงานของนักบัญชีได้ตามที่กำหนด ปฏิบัติงานตามเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์การทำงานอย่างมีคุณภาพ อาศัยความรู้ความสามารถเข้ามาแก้ไขปัญหา และอุปสรรคของการทำงาน การประสบความสำเร็จนั้นสามารถวัดได้จากความสุขของการทำงาน ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ความภาคภูมิใจในงานที่ทำ และการมีคณยอมรับนับถือ (บุญช่วง ศรีธรรมราชกูร์, 2561)

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักบัญชีที่ปฏิบัติงานในสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง โดยมีสำนักงานบัญชีทั้งหมด 60 แห่ง (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2564)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักบัญชีที่ปฏิบัติงานในสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ต้องสุ่มเป็น 80% หรือ 0.80 จากประชากรทั้งหมด ต้องการระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมรับค่าความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่างได้ 5% หรือ 0.05 ของขนาดกลุ่มตัวอย่าง คำนวณโดยใช้สูตรของ (Yamane, 1973) เท่ากับ 246 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

รูปแบบของการวิจัยเป็นเชิงปริมาณ(Quantitative research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลนำข้อมูลที่ได้มาคำนวณหาค่าทางสถิติแล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูล แบบสอบถามในการศึกษาวิจัยมีเนื้อหาครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน มีลักษณะเป็นแบบตัวเลือกที่กำหนดคำตอบให้ (Forced Choice)

ตอนที่ 2 ข้อคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะนักบัญชีดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามแบบลิเคิร์ท (Likert)

การตรวจสอบเครื่องมือ แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นได้ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ทำการตรวจสอบพิจารณาและให้ข้อเสนอแนะ เพื่อหาค่าสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (IOC) พร้อมทั้งปรับแก้ ภาษาที่ใช้โดยข้อคำถามของผู้วิจัยมีค่าเฉลี่ย IOC ผ่านเกณฑ์ ตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไปทุกข้อ นอกจากนี้ดำเนินการทดสอบ จำนวน 30 ชุด ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค และนำผลการตอบแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นได้ค่าเท่ากับ 0.892 ถือว่าผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. เก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักบัญชีที่ปฏิบัติงานในสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง รวบรวมแบบสอบถามด้วยตนเอง

2. นำส่งแบบสอบถามให้กับนักบัญชีที่ปฏิบัติงานในสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 246 คน ได้รับแบบสอบถามตอบกลับจำนวน 177 คนคิดเป็นร้อยละ 71.95 ตรวจสอบคุณภาพและความถูกต้องของแบบสอบถามที่รับมาทั้งหมดอย่างละเอียด ก่อนจะนำไปวิเคราะห์ผลข้อมูลต่อไป

3. ขอบเขตเวลาการวิจัยครั้งนี้ดำเนินการศึกษาวิจัยและการเก็บข้อมูล เดือนมิถุนายน 2564 ถึงเดือนมิถุนายน 2565 ระยะเวลาการวิจัย 1 ปี

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ด้วยวิธีทางสถิติ ดังนี้

1. วิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและสรุปผลการศึกษาได้กำหนดให้ค่าระดับความคิดเห็นของแบบสอบถาม (Likert Rensis A, 1961) ดังนี้ ระดับความคิดเห็นมากที่สุดกำหนด 5 คะแนน ระดับความคิดเห็นมาก กำหนด 4 คะแนน ระดับความคิดเห็นปานกลาง กำหนด 3 คะแนน ระดับความคิดเห็นน้อย กำหนด 2 คะแนน ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด กำหนด 1 คะแนน การหาค่าเฉลี่ยของคำตอบแบบสอบถาม โดยใช้เกณฑ์ในการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับความคิดเห็นมาก ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับความคิดเห็นระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

2. ศึกษาความสัมพันธ์สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชีจังหวัดระยอง โดยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร สัมประสิทธิ์สัมพันธเพียร์สัน หากพบว่ามีความสำคัญทางสถิติให้แปลว่า มีความสัมพันธ์หรือไม่มีความสัมพันธ์นัยสำคัญทางสถิติ

ผลการวิจัย

สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพของสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง โดยมีการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 150 ราย คิดเป็นร้อยละ 84.70 มีอายุระหว่าง 20 – 25 ปีมากที่สุด จำนวน 93 ราย คิดเป็นร้อยละ 52.50 ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 96 ราย คิดเป็นร้อยละ 54.20

ผลการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง ภาพรวม ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพของสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง ภาพรวมมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}=4.28$ S.D.=0.34) รายละเอียด พบว่ามีระดับความคิดเห็นระดับมากที่สุดและระดับมาก ระดับความคิดเห็นมากที่สุด อันดับแรก คือการเข้าใจเครื่องมือดิจิทัลในการรักษาความปลอดภัยข้อมูลทางบัญชี ($\bar{X}=4.48$ S.D.=0.39) รองลงมา คือ จรรยาบรรณและทัศนคติ ($\bar{X}=4.47$ S.D.=0.44) รองลงมา คือด้านคุณภาพของสำนักงานบัญชี ($\bar{X}=4.39$ S.D.=0.45) รองลงมาคือทักษะความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี ($\bar{X}=4.37$ S.D.=0.45) รองลงมา คือ ทักษะในการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลการเงินและบัญชี ($\bar{X}=4.32$ S.D.=0.49) และประสบการณ์ในการทำงาน ($\bar{X}=4.32$ S.D.=0.55) ระดับความคิดเห็นระดับมาก อันดับแรก คือความสามารถในการใช้โปรแกรมบัญชีและโปรแกรมทางธุรกิจ ($\bar{X}=4.12$ S.D.=0.49) รองลงมา คือความคิดสร้างสรรค์

นวัตกรรมใหม่ทางการทำบัญชี ($\bar{X}=4.10$ S.D.=0.54) และทักษะการค้นหาค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจเนื้อหาบัญชี ($\bar{X}=3.93$ S.D.=0.59) ตามลำดับ

ผลการความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพของสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง คุณภาพของสำนักงานบัญชี ภาพรวมมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ($\bar{X}=4.39$ S.D.=0.45) รายละเอียด พบว่า มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด อันดับแรก คือความสำคัญกับการจัดทำงานการเงินได้อย่างถูกต้องคำนวณตัวเลขไม่ผิดพลาด ($\bar{X}=4.60$ S.D.=0.63) รองลงมา คือความสำคัญกับการจัดทำงานการเงินได้รวดเร็ว ทันเวลา กำหนดส่งงานการเงิน ($\bar{X}=4.56$ S.D.=0.58) รองลงมาคือ การปฏิบัติงานทันท่วงทีเน้นผลลัพธ์ที่ได้คุ้มค่ากับทรัพยากรที่ใช้ไป ($\bar{X}=4.28$ S.D.=0.62) รองลงมา คือมั่นใจว่าในการปฏิบัติงานจะประสบความสำเร็จในวิชาชีพ ($\bar{X}=4.27$ S.D. =0.63) และมั่นใจว่าในการปฏิบัติงานจะบรรลุเป้าหมาย ($\bar{X}=4.23$ S.D. =0.70) ตามลำดับ

การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร (Correlation Analysis) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระทั้ง 8 ตัวแปรและตัวแปรตาม 5 ตัวแปร ดังนี้

ตัวแปรอิสระ (X)

สมรณนะนักบัญชีในยุคดิจิทัล :

- X_1 : ความสามารถในการใช้โปรแกรมบัญชีและโปรแกรมทางธุรกิจ
- X_2 : ทักษะการค้นหาค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจเนื้อหาบัญชี
- X_3 : ทักษะในการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลการเงินและบัญชี
- X_4 : ความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ทางการทำบัญชี
- X_5 : การเข้าใจเครื่องมือดิจิทัลในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลทางบัญชี
- X_6 : ความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี
- X_7 : จรรยาบรรณและทัศนคติ
- X_8 : ประสิทธิภาพในการทำงาน

ตัวแปรตาม (Y)

คุณภาพสำนักงานบัญชี :

- Y_1 : ด้านความถูกต้อง
- Y_2 : ด้านความรวดเร็ว
- Y_3 : ด้านความประหยัด
- Y_4 : ด้านการบรรลุเป้าหมาย
- Y_5 : ด้านการประสบความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาวิเคราะห์ความสัมพันธ์สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง

ตัวแปร	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈
Y ₁	0.534**	0.223**	0.334**	0.193*	0.294**	0.101	0.400**	-0.028	0.349**	0.399**	0.385**	0.130
Y ₂		0.494**	0.259**	0.100	0.268**	0.161*	0.412**	0.022	0.353**	0.460**	0.310**	0.067
Y ₃			0.461**	0.493**	0.301**	0.470**	0.326**	0.437**	0.369**	0.431**	0.348**	0.394**
Y ₄				0.651**	0.269**	0.193*	0.326**	0.269**	0.343**	0.321**	0.228**	0.308**
Y ₅					0.164*	0.261**	0.194**	0.234**	0.244**	0.223**	0.191*	0.429**
X ₁						0.440**	0.451**	0.272**	0.356**	0.458**	0.473**	0.317**
X ₂							0.286**	0.713**	0.286**	0.371**	0.389**	0.481**
X ₃								0.265**	0.473**	0.637**	0.402**	0.354**
X ₄									0.359**	0.352**	0.363**	0.491**
X ₅										0.568**	0.569**	0.391**
X ₆											0.590**	0.350**
X ₇												0.476**

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลมีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง ดังนี้

1. สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง ความสามารถในการใช้โปรแกรมบัญชีและโปรแกรมทางธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านความถูกต้อง ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.294 นัยสำคัญทางสถิติ ระดับ 0.01 2) ด้านความรวดเร็ว ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.268 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 3) ด้านความประหยัด ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.301 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 4) ด้านการบรรลุเป้าหมาย ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.269 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 และ 5) ด้านการประสบความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.164 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสำนักงานบัญชี

2. สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง ทักษะการค้นหาค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจเนื้อหาบัญชี ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านความรวดเร็ว ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.161 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 2) ด้านความประหยัด ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.470 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 3) ด้านการบรรลุเป้าหมาย ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.193 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 4) ด้านการประสบความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.261 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสำนักงานบัญชี และสมรรถนะ

ของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพของสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง ทักษะการค้นหาค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจเนื้อหาบัญชี ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านความถูกต้อง ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.101 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 ไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสำนักงานบัญชี

3. สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง ทักษะในการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลการเงินและบัญชี ผลการศึกษา พบว่า 1) ด้านความถูกต้อง ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.400 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 2) ด้านความ รวดเร็ว ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.412 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 3) ด้านความประหยัด ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.326 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 4) ด้านการบรรลุเป้าหมาย ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.326 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 5) ด้านการประสบความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี ค่าความสัมพันธ์เท่ากับ r เท่ากับ 0.194 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสำนักงานบัญชี

4. สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง ความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ทางการทำบัญชี ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านความประหยัด ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.437 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 2) ด้านการบรรลุเป้าหมาย ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.269 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 3) ด้านการประสบความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.234 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสำนักงานบัญชี และสมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพของสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง ผลการศึกษาพบว่า ความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ทางการบัญชี 1) ด้านความถูกต้อง ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ -0.028 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 2) ด้านความรวดเร็ว ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.022 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 ไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสำนักงานบัญชี

5. สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชีจังหวัดระยอง การเข้าใจเครื่องมือดิจิทัลในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลทางบัญชี ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านความถูกต้อง ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.349 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 2) ด้านความรวดเร็ว ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.353 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 3) ด้านความประหยัด ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.369 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 4) ด้านการบรรลุเป้าหมาย ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.343 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 5) ด้านการประสบความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.244 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสำนักงานบัญชี

6. สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง ความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านความถูกต้อง ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.399 นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 2) ด้านความรวดเร็ว ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.460 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 3) ด้านความประหยัด ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.431 นัยสำคัญทางสถิติ ระดับ 0.01 4) ด้านการบรรลุเป้าหมายค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.321 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 5) ด้านการ

ประสบความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.223 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสำนักงานบัญชี

7. สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชีจังหวัดระยอง จรรยาบรรณและทัศนคติ ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านความถูกต้อง ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.385 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 2) ด้านความรวดเร็ว ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.310 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 3) ด้านความประหยัด ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.348 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 4) ด้านการบรรลุเป้าหมาย ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.228 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 5) ด้านการประสบความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.191 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.05 มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสำนักงานบัญชี

8. สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชีจังหวัดระยอง ประสิทธิภาพในการทำงาน ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านความประหยัด ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.394 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 2) ด้านการบรรลุเป้าหมาย ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.308 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 3) ด้านการประสบความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.429 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสำนักงานบัญชี และสมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพของสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง ประสิทธิภาพในการทำงาน ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านความถูกต้อง ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.130 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 2) ด้านความรวดเร็ว ค่าความสัมพันธ์ r เท่ากับ 0.067 นัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 ไม่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสำนักงานบัญชี

อภิปรายผลการวิจัย

1. สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพของสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง สมรรถนะของนักวิชาชีพที่ให้ความสำคัญ อันดับแรกด้านความสามารถในการใช้โปรแกรมบัญชีและโปรแกรมทางธุรกิจ การใช้โปรแกรมบัญชีและโปรแกรมทางธุรกิจเป็นส่วนหนึ่งที่เขาได้ไม่ในการปฏิบัติงานประจำวันซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรา ตีรศรีวัฒน์ (2561) การบัญชีดิจิทัลก้าวเข้ามาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลส่งผลต่อนักศึกษาและผู้ประกอบวิชาชีพต้องพัฒนาตนเองให้เป็นผู้มีความรู้ทักษะความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศในการใช้โปรแกรมทางการบัญชี โปรแกรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและประยุกต์ใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ทางเทคโนโลยีสารสนเทศ สืบค้นข้อมูล ประมวลผล วิเคราะห์ข้อมูลฐานข้อมูล โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ ที่ช่วยให้การทำงานรวดเร็ว รวมทั้งสมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชี ด้านความสามารถในการใช้โปรแกรมบัญชีและโปรแกรมทางธุรกิจ มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพสำนักงานบัญชี ด้านความถูกต้อง ด้านความรวดเร็ว ด้านความประหยัด ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านการประสบความสำเร็จในวิชาชีพบัญชีซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ku Bahador and Haider (2012) วิจัยเรื่องทักษะและความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ : กรณีศึกษาสำหรับนักบัญชีมืออาชีพ

พบว่าเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้นักบัญชีมืออาชีพต้องยกระดับทักษะเพื่อให้ทำงานได้ดีขึ้นเป็นผลให้เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับระดับของความสามารถที่นักบัญชีเพื่อให้สามารถนำเสนองบการเงินได้อย่างถูกต้องรวดเร็ว

2. สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพของสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง ด้านความสามารถในการใช้โปรแกรมบัญชีและโปรแกรมทางธุรกิจ ด้านทักษะในการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลการเงินและบัญชี ด้านทักษะในการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลการเงินและบัญชี ด้านการเข้าใจเครื่องมือดิจิทัลในการรักษาความปลอดภัยข้อมูลทาง ด้านทักษะความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี ด้านจรรยาบรรณและทัศนคติ มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพสำนักงานบัญชี ด้านความถูกต้อง ด้านความรวดเร็ว ด้านความประหยัด ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านการประสบความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี สอดคล้องกับงานวิจัย อริยา สรศักดิ์.(2563) สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี พบว่าด้านทักษะในการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลการเงินและบัญชีความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ทางการบัญชี การเข้าใจเครื่องมือดิจิทัลในการรักษาความปลอดภัยข้อมูลทางบัญชี ทักษะความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพบัญชีจรรยาบรรณและทัศนคติประสิทธิภาพในการทำงาน มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสำนักงานบัญชีด้านความถูกต้อง ความรวดเร็ว ความประหยัด การบรรลุเป้าหมาย การประสบความสำเร็จในวิชาชีพบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 แสดงให้เห็นได้ว่าสมรรถนะนักบัญชีดิจิทัลมีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพสำนักงานบัญชี หากนักบัญชีพัฒนาระดับความรู้และความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีดิจิทัลจะส่งผลต่อคุณภาพสำนักงานบัญชีได้อย่างมีนัยสำคัญและสอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรา ติรศรีวัฒน์.(2561) การบัญชีดิจิทัลก้าวเข้ามาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลส่งผลต่อนักศึกษาและผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีต้องพัฒนาตนเองให้เป็นผู้มีความรู้ทักษะความรู้เทคโนโลยีสารสนเทศในการใช้โปรแกรมทางการบัญชีโปรแกรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและประยุกต์ใช้เครื่องมืออุปกรณ์ทางเทคโนโลยีสารสนเทศ สืบค้นข้อมูลประมวลผลข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลฐานข้อมูล โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่าง ๆ ที่ช่วยให้การทำงานรวดเร็วและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ku Bahador and Haider (2012) วิจัยเรื่องทักษะและความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ: กรณีศึกษาสำหรับนักบัญชีมืออาชีพ พบว่า เทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์ทำให้นักบัญชีมืออาชีพต้องยกระดับทักษะเพื่อให้ทำงานได้ดีขึ้นเป็นผลให้เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับระดับของความสามารถที่นักบัญชี และสอดคล้องกับงานวิจัยของบุญช่วง ศรีธรรมราช (2561) ทักษะในการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลการเงินและบัญชี ความสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานเพื่อให้สามารถปฏิบัติงานได้มีประสิทธิภาพจากการแลกเปลี่ยนความรู้ การพูดคุย การให้คำแนะนำคำปรึกษาในการทำงานเมื่อเกิดปัญหาและสอดคล้องกับงานวิจัยของรุ่งระวี มั่งสิงห์และ ชุมพล รอดแจ่ม.(2564) ความสัมพันธ์ของสมรรถนะของนักบัญชีที่พึงประสงค์ในยุคดิจิทัล ด้านจรรยาบรรณวิชาชีพ ด้านการปฏิบัติงาน ด้านความชำนาญในทักษะต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับมาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศในภาพรวมที่ระดับนัยสำคัญ

3. สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพของสำนักงานบัญชี จังหวัดระยอง ด้านทักษะการค้นหาค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจเนื้อหาบัญชี ความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ทางการทำบัญชี ประสบการณ์ในการทำงานไม่มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพสำนักงานบัญชี ด้านความถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อริยา สรศักดิ์.(2563) สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี พบว่าสมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลด้านความสามารถในการใช้โปรแกรมบัญชีและโปรแกรมทางธุรกิจ ทักษะการค้นหาค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจเนื้อหาบัญชี ความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ทางการทำบัญชีการเข้าใจเครื่องมือดิจิทัลในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลทางบัญชีจรรยาบรรณและทัศนคติประสบการณ์ในการทำงาน ไม่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพสำนักงานบัญชี ด้านความถูกต้อง ความสำคัญกับการจัดท่างบการเงินได้อย่างถูกต้อง คำนวณตัวเลขไม่ผิดพลาด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าคุณภาพสำนักงานด้านความถูกต้องมีความสำคัญในเรื่องเกี่ยวกับข้อมูลตัวเลข งบการเงินซึ่งเชื่อมโยงเกี่ยวกับการตรวจสอบ ปริมาณ การวางแผนการควบคุมภายในและสอดคล้องกับงานวิจัยฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์ (2551) โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีปฏิบัติงานบัญชีสมัยใหม่ พบว่าการพัฒนาความรู้อย่างต่อเนื่องทางวิชาชีพ ความเชี่ยวชาญทางการบัญชีที่มีผลต่อประสิทธิภาพการรายงานทางการเงินของนักบัญชีไทย การประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีปฏิบัติงานสมัยใหม่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพการรายงานทางการเงิน เมื่อนักบัญชีมีความคิดสร้างสรรค์ และสามารถประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยสมัย การปฏิบัติงาน การวางแผนในการปฏิบัติงานเป็นไปตามขั้นตอน ตามระบบจะสามารถบรรลุเป้าหมายสูงสุดหมายถึงความสำเร็จ

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย พบว่า สมรรถนะนักบัญชีดิจิทัลมีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพสำนักงานบัญชีคุณภาพจะสามารถสร้างคุณภาพความสำเร็จพัฒนาให้คุณภาพสำนักงานบัญชีมีคุณภาพตามมาตรฐานวิชาชีพบัญชี เป็นที่ยอมรับของลูกค้า ตอบสนองความต้องการของลูกค้าเพื่อปรับปรุงคุณภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี สอดคล้องกับ สุวรรณี รุ่งจตุรงค์ (2555) ธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานภายในองค์กรอย่างรวดเร็วทั้งด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและรูปแบบการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นนักบัญชีต้องมีความรู้ ความเข้าใจพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และสามารถประยุกต์ใช้สารสนเทศที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรอย่างดีที่สุด นักบัญชียุคปัจจุบันต้องตระหนักและเตรียมความพร้อมกับการพัฒนาเทคโนโลยีทางด้านบัญชีดิจิทัลส่งผลต่อการประกอบวิชาชีพในอนาคต และวางแผนในการปรับตัวให้เท่าทันยุคดิจิทัล (ศิริรัฐ โชติเวชการ, 2561) ดังนั้นสรุปผลได้ว่านักบัญชีต้องมีการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานตามที่การศึกษาวิจัยสมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลที่มีความสัมพันธ์กับคุณภาพสำนักงานบัญชี คือ ความสามารถในการใช้โปรแกรมบัญชีและโปรแกรมทางธุรกิจ ทักษะการค้นหาค้นหาข้อมูล

เกี่ยวกับธุรกิจเนื้อหาบัญชี ทักษะในการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลการเงินและบัญชี ความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ทางการทำบัญชี การเข้าใจเครื่องมือดิจิทัลในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลทางบัญชี ความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี จรรยาบรรณและทัศนคติ ประสิทธิภาพในการทำงาน มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพสำนักงานบัญชี เป็นสิ่งที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการสำนักงานบัญชีซึ่งจะเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับองค์กรธุรกิจในการวางแผน ควบคุม ตัดสินใจ นำไปสู่การดำเนินธุรกิจให้บรรลุผลสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต ดังภาพที่ 2 ความสัมพันธ์สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชียุคดิจิทัลพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชียุคดิจิทัลพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัล ด้านความสามารถในการใช้โปรแกรมบัญชีและโปรแกรมทางธุรกิจ ทักษะการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจเนื้อหาบัญชี ทักษะในการสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลการเงินและบัญชี ความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ทางการทำบัญชี การเข้าใจเครื่องมือดิจิทัลในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลทางบัญชี ความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพบัญชี จรรยาบรรณและทัศนคติ ประสิทธิภาพในการทำงาน มีความสัมพันธ์ต่อคุณภาพสำนักงานบัญชี ดังนั้นนักบัญชีในยุคดิจิทัลจะเป็นผู้ที่จัดทำรายงานข้อมูลทางการบัญชีซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับองค์กรธุรกิจในการวางแผน ควบคุม ตัดสินใจ นำไปสู่การดำเนินธุรกิจให้บรรลุผลสำเร็จเป็นไปตามเป้าหมาย ดังนั้น นักวิชาชีพบัญชีควรมีสมรรถนะในการทำงานด้านเทคโนโลยีและทักษะความเชี่ยวชาญ ทักษะทางวิชาชีพ ประสิทธิภาพทำงาน ความรู้ และการเรียนรู้ต่อเนื่องซึ่งจะมีความสำคัญต่อการปฏิบัติให้เกิดคุณภาพประสิทธิภาพ รายงานทางการเงินมีความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์

2) การทำบัญชีสมรรถนะนักบัญชีดิจิทัลมีผลกระทบต่อคุณภาพสำนักงานบัญชี ด้านความถูกต้อง ความรวดเร็ว ด้านความประหยัด ด้านการบรรลุเป้าหมาย ด้านการประสบความสำเร็จในวิชาชีพบัญชี ดังนั้น นักบัญชีควรมีสมรรถนะนักบัญชีดิจิทัล ให้มีความสำคัญต่อทักษะด้านสติปัญญา เรียนรู้อย่างชาญฉลาด มีความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาทางด้านการบัญชีเพื่อประมวลผลข้อมูลจากเทคโนโลยีที่นำมาประยุกต์ใช้ บริหารตนเอง เปลี่ยนแปลงและปรับตัวให้ เข้าสถานการณ์เพื่อเป็นนักวิชาชีพบัญชีที่ดีมีความสำคัญรู้ ความชำนาญในวิชาชีพบัญชี ความรู้เกี่ยวกับวิชาชีพบัญชีสามารถช่วยการจัดทำงบการเงินได้อย่างถูกต้อง สามารถช่วยการจัดทำงบการเงินได้ประหยัดคัมค่ากับทรัพยากรที่ใช้ไปและเพื่อข้อมูลต่อผู้ใช้งบการเงิน ผู้บริหาร นักลงทุน ในการนำข้อมูลทางการเงินที่มีคุณภาพไปใช้ในการวางแผนการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1) ควรศึกษาโดยการเพิ่มวิธีการศึกษา สัมภาษณ์เชิงลึกของผู้บริหาร หัวหน้า สามารถนำผลการศึกษามาสรุปในภาพเชิงลึก เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงสมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัล

2) ควรศึกษากลุ่มประชากรหรือกลุ่มตัวอย่างในกลุ่มธุรกิจประเภท ภาคเอกชน บริษัทนิติคนอุตสาหกรรม เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาสมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัล

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2564). *ประกาศกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เรื่องหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพสำนักงานบัญชี*. สืบค้นเมื่อ 12 มิถุนายน 2565, จาก www.dbd.go.th/news_view.php?nid=6165
- จินดา จอกแก้ว. (2564). แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการสำนักงานบัญชี ในเขตพื้นที่การพัฒนา ระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (EEC). *วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม*, 3(2), 82–95.
- ฉัตรรัชดา วิโรจน์รัตน์. (2551). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีปฏิบัติงานบัญชีสมัยใหม่, การพัฒนาความรู้ต่อเนื่องทางวิชาชีพบัญชีความเชี่ยวชาญทางการบัญชีอย่างมืออาชีพที่มีต่อประสิทธิภาพรายงานทางการเงินของนักบัญชีในประเทศไทย. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 11(1), 17–34.
- ชลมาศ เทียบคุณ. (2562). *สมรรถนะเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางการบัญชีของนักบัญชีในเขตภาคใต้* (การค้นคว้าอิสระบัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- นිරชา แซ่ทัง และคณะ. (2561). ความเป็นดิจิทัลของสำนักงานบัญชีไทย. *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติครั้งที่ 2*. (หน้า 534 – 546). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

- บุญช่วง ศรีธรรมาภรณ์. (2560). ผลกระทบของความเป็นเลิศทางวิชาชีพบัญชีที่มีต่อความสำเร็จในวิชาชีพของนักบัญชีบริษัทในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารกาสะลองคำ*, 12(1), 32-43.
- บุญช่วง ศรีธรรมาภรณ์. (2561). ผลกระทบของสมรรถนะทางการบัญชีสมัยใหม่ที่มีต่อความสำเร็จในการทำงานของนักบัญชีบริษัทในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือเมื่อเปิดเสรีทางเศรษฐกิจ. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*, 5(1), 58-72.
- เบญจวรรณ ถนอมชยธวัช และคณะ. (2559). ทักษะแห่งศตวรรษที่ 21: ความท้าทายในการพัฒนา นักศึกษา. *วารสารเครือข่ายวิทยาลัยพยาบาลและการสาธารณสุขภาคใต้*, 3(2), 208-222.
- ปาริชาติ มณีมัย. (2559). คุณภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพการปฏิบัติงานของสำนักงานบัญชี ขนาดกลาง และขนาดย่อมของไทย. *วารสารการจัดการสมัยใหม่*, 14(1), 117-128.
- มนัสวีร์ วิญญาภาพ. (2560). ผลกระทบของมาตรฐานการปฏิบัติงานสำนักงานบัญชีคุณภาพที่ส่งผล ต่อคุณภาพการบริการของสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 10(2), 735-747.
- รุ่งระวี มั่งลิ้งห์และชุมพล รอดแจ่ม. (2564). สมรรถนะของนักบัญชีที่พึงประสงค์ในยุคดิจิทัลตาม มาตรฐานการศึกษาระหว่างประเทศ สำหรับผู้ประกอบการวิชาชีพบัญชี. *วารสารนวัตกรรมและการจัดการ*, 6(1), 100-118.
- ลัดดา หิรัญยวา. (2560). มาตรฐานนักบัญชีที่ตอบสนองความต้องการของภาคธุรกิจภายใต้กรอบ, มาตรฐานกลุ่มเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 9(2), 63 - 73.
- สภาวิชาชีพบัญชีในพระบรมราชูปถัมภ์. (2562). *เรื่องมาตรฐานการบัญชี*. สืบค้นเมื่อ 12 มิถุนายน 2565, จาก <https://www.myaccount-cloud.com/Article/Detail/92129>
- วริยา ปานปรุ่ง. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างสมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีที่มีต่อคุณลักษณะ ของนัก บัญชีในยุคไทยแลนด์ 4.0. *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่2 “GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2018*. 9 มีนาคม 2561 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ศิริภาณี เมฆมลอย. (2565). การบริหารจัดการองค์การที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตการทำงานจากสถานการณ์ การแพร่ระบาดโรคโควิด-19ในองค์การคลังสินค้ากระทรวงพาณิชย์. *วารสารนวัตกรรม การศึกษาและการวิจัย*, 6(2), 398-412
- สรวิชชุ บุญวุฒิ, ไพฑูรย์ อินตะชน. (2559). การศึกษาองค์ประกอบคุณลักษณะของนักบัญชียุคใหม่ ภายใต้ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 9(1), 162-177.
- หทัยรัตน์ คำผั่นและจิราภรณ์ พงศ์พันธุ์พัฒนะ. (2560). วิสัยทัศน์ทางบัญชีที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพใน การปฏิบัติงานด้านบัญชีของธุรกิจโรงแรมในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารมนุษย ศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 11(2), 135-146.

- หัตถยาภรณ์ สมนน้อย. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพิจารณาเลือกรับนักบัญชีของสำนักงานบัญชีในเขตภาคใต้ (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- อริยา สรศักดิ์. (2563). สมรรถนะของนักวิชาชีพบัญชีในยุคดิจิทัลเพื่อพัฒนาคุณภาพสำนักงานบัญชี. (สารนิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อมรา ตีรศรีวัฒน์. (2561). การบัญชีดิจิทัลและการเตรียมความพร้อมในการเรียนการสอนนักศึกษาในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2 (หน้า 585–601). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- Ku Bahador, K.M. and Haider, A. (2012). Information Technology Skills and Competencies–A Case for Professional Accountants. *Lecture Notes in Business Information Processing*, 127, 81–87.

การพัฒนาการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง

Development of quality management in the cosmeceutical industry

มาลี มีแสงพันธ์¹, ชัชวาล แสงทองล้วน², จิตติมา ให้อยอง³ และ สุพัทธา ยอดสุรางค์⁴

Malee Meesangpant¹, Chatchawal Sangthongluan², Thitima Holumyong³ and

Suphattra Yodsurang⁴

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์^{1,2,3,4}

College of Innovation Management Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Thailand^{1,2,3,4}

E-mail : ¹dollicio@hotmail.com; ²ajarn_wal@hotmail.com; ³thitimah@gmail.com; ⁴bluessky28@gmail.com

Retrieved September 19, 2022; Revised November 22, 2022; Accepted December 8, 2022

DOI: 10.14456/jappm.2022.27

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการ (1) เพื่อพรรณนาบริบทการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง (2) เพื่อระบุปัญหาการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง และ (3) เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 14 คน ได้แก่ บุคลากร คู่ค้า และ ลูกค้า เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์แก่นสาระ

ผลการวิจัย (1) บริบทการจัดการคุณภาพ ประกอบด้วย นโยบาย หลักเกณฑ์ หลักการ กระบวนการดำเนินงาน และ หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการจัดการคุณภาพ (2) ปัญหาการจัดการคุณภาพ ประกอบด้วย (2.1) ด้านการสร้างปณิธาน พบว่า ปณิธานขาดความชัดเจน (2.2) ด้านภาวะผู้นำ พบว่า บุคลากรขาดความมั่นใจและความรับผิดชอบ (2.3) ด้านความร่วมมือ พบว่า พนักงานบางส่วนขาดการให้ความร่วมมือ (2.4) ด้านการสร้างคุณภาพภาคภูมิใจ พบว่าพนักงานไม่มีความภาคภูมิใจในงาน (2.5) ด้านการเน้นคุณภาพผลผลิตมากกว่าต้นทุน พบว่า ปัจจัยภายนอกด้านเศรษฐกิจกดดันด้านต้นทุน (2.6) ด้านการเน้นคุณภาพของผลงาน พบว่า คุณภาพของผลงานได้รับผลกระทบจากแรงกดดันด้านต้นทุน (2.7) ด้านการควบคุมการผลิต พบว่า ไม่มีการควบคุมการผลิตให้เป็นไปตามแผน (2.8) ด้านการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ พบว่า เนื้อหาในการฝึกอบรมไม่ตรงตามภารกิจของตัวงาน (2.9) ด้านการสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ พบว่า พนักงานขาดแรงจูงใจในการเรียนรู้สิ่งใหม่ (2.10) ด้านการจัดทำแผนการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพ พบว่า หน่วยงานยังไม่สามารถโน้มน้าวให้พนักงานเห็นความสำคัญของการศึกษา (2.11) ด้านการลงมือปฏิบัติเพื่อให้การเปลี่ยนแปลงบรรลุผลสำเร็จ พบว่า พนักงานขาดแรงจูงใจในการลงมือปฏิบัติ และ (3) รูปแบบการจัดการคุณภาพ คือ การริเริ่มในประเด็นดังนี้ (3.1) การสร้างระบบการทำงานเป็นทีม (3.2)

การเสริมสร้างความมั่นใจเพื่อความภาคภูมิใจในงาน (3.3) การสร้างจิตสำนึกเพื่อการจัดการคุณภาพ และ (3.4) การสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างมีความสุข

คำสำคัญ: การพัฒนา ; การจัดการคุณภาพ ; อุตสาหกรรมเวชสำอาง

Abstract

This Article aimed to study (1) To describe the context of quality management of companies in the cosmeceutical industry. (2) To identify quality management problems of cosmetic companies, and (3) To propose a model for the development of quality management of companies in the cosmeceutical industry This research is a qualitative research with 15 key informants, including personnel, partners and customers. Data was collected by using in–depth interviews and participant observations and non–participant observations. Analyze the data by essence analysis.

Research results (1) The quality management context consists of policies, guidelines, principles, operating processes, and departments responsible for quality management. (2) Quality management problems consist of (2.1) As for the creation of resolutions, it was found that the resolutions lacked clarity. (2.2) In leadership, it was found that personnel lacked of confidence and responsibility. (2.3) In terms of cooperation, it was found that some employees lacked of cooperation. (2.4) Pride building It was found that the employees did not take pride in their work. (2.5) In terms of focusing on product quality over cost, it was found that the external economic factors put pressure on costs. (2.6) In terms of emphasizing the quality of the work, it was found that the quality of the work is affected by cost pressures. (2.7) Production control, it was found that there was no production control in accordance with the plan. (2.8) In terms of regular training, it was found that the training content did not match the mission of the job. (2.9) In terms of creating a learning atmosphere, it was found that employees lacked motivation to learn new things. (2.10) As for the preparation of educational plans for quality improvement, it was found that the agency was unable to convince employees of the importance of education. (2.11) In terms of implementing the change to be successful, it was found that employees lacked the motivation to take action. (3) The quality management model is the initiative on the following issues: (3.1) building a teamwork system. (3.2) Building confidence for pride in work. (3.3) Raising awareness for quality management, and (3.4) creating a happy working atmosphere and environment.

Keywords: quality development; quality management; cosmeceutical industry

บทนำ

ธุรกิจความงามไทยโดยภาพรวม ไทยเป็นศูนย์กลางเครื่องสำอางอันดับ 3 ของเอเชีย ต่อจากญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ แต่เป็นเบอร์หนึ่งของตลาดเครื่องสำอางในอาเซียน มีมูลค่าตลาดรวม 2.1 แสนล้านบาท แบ่งเป็นตลาดในประเทศ ร้อยละ 60 คิดเป็นมูลค่า 1.2 แสนล้านบาท และตลาดส่งออก ร้อยละ 40 คิดเป็นมูลค่า 9 หมื่นล้านบาท (โพสต์ทูเดย์, 2561) นอกจากนี้ยังมีเครื่องสำอางอีกกลุ่มที่เรียกว่า “เวชสำอาง” หรือ Cosmeceutical ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่รวมคุณสมบัติระหว่างยา (Pharmaceutical) และ เครื่องสำอาง (Cosmetics) ไว้ด้วยกัน หรือกล่าวได้ว่า เป็นวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีที่ทำให้เครื่องสำอางมีคุณสมบัติในการบำบัดหรือรักษา ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้ ซึ่งมูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมเวชสำอางนั้นก็มีแนวโน้มในการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (กฤต วรารักษ์ และวศิน เหลี่ยมปรีชา, 2563, หน้า 3) ซึ่งผู้ประกอบการของไทยต้องเร่งยกระดับมาตรฐานการผลิต และคุณภาพของผลิตภัณฑ์เวชสำอาง ให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากสภาพแวดล้อมในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ดังนั้น การพัฒนาการจัดการคุณภาพเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งซึ่งต้องมีรูปแบบที่ชัดเจนเพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรธุรกิจบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ต้องมีการทำความเข้าใจร่วมกันในการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ความสามารถของผู้บริหาร ความร่วมมือจากบุคลากร ในองค์กรที่จะทำให้องค์กรสามารถบริหารจัดการการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งองค์กรจะสามารถพัฒนาการจัดการคุณภาพได้นั้นต้องรู้วาทะการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอางเป็นอย่างไรบ้าง และปัญหาการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอางประกอบด้วยปัญหาใดบ้าง และรูปแบบการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอางที่เหมาะสมเป็นอย่างไร

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง ซึ่งธุรกิจที่มีแนวโน้มทางการตลาดเติบโตเพิ่มขึ้น ร้อยละ 10 ต่อปี ซึ่งผลการศึกษาที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการที่จะใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุง และเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างรูปแบบการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง ให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างเข้มแข็งในสถานการณ์ของการแข่งขันธุรกิจที่สูงขึ้นในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพรรณนาบริบทการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง
2. เพื่อรวบรวมปัญหาการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง
3. เพื่อเสนอรูปแบบการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการจัดการ

การจัดการเป็นกระบวนการจัดระเบียบทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งหมดในองค์กร โดยใช้ระบบการจัดการที่เหมาะสม ใช้ระเบียบปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผลและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร ตามที่ตั้งไว้ ซึ่งหลักการจัดการช่วยให้ผู้มีหน้าที่ในการบริหารจัดการลดจุดอ่อนของการจัดการ ลดต้นทุน ค่าใช้จ่าย และเพิ่มผลผลิตในองค์กรให้มากขึ้น (George and Jones, 2006)

การจัดการคุณภาพโดยรวม (TQM) มีความจำเป็นต่อความสำเร็จของธุรกิจ (Parul & Rubal, 2016; Akhtar, Zemeer & Saeed, 2014) กล่าวว่า TQM นั้นถือเป็นหนึ่งในเครื่องมือที่สามารถปรับปรุงคุณภาพ การบริการ เพราะว่า TQM เป็นกระบวนการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และใช้ข้อมูลจากลูกค้าใช้ในการ ปรับปรุงคุณภาพการบริการให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล วิรัช สงวนวงศ์วาน (2560) กล่าวว่า การจัดการคุณภาพโดยรวม คือ ปรัชญาการดำเนินงานที่เน้นความพึงพอใจของลูกค้าและการพัฒนา คุณภาพอย่างต่อเนื่อง TQM จึงมุ่งความเป็นเลิศในคุณภาพที่ดีที่สุดในทุกกิจกรรมขององค์กร และการที่ TQM มีจุดมุ่งหมายเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มคุณภาพด้วย องค์กรที่ใช้ TQM จึงสามารถใช้แผนงานในการ ปฏิบัติทั้งจากกลยุทธ์ลดต้นทุน (Lower cost) และกลยุทธ์เพิ่มคุณภาพ การจัดการคุณภาพโดยรวม (TQM) ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากสำหรับความสำเร็จในระยะยาวขององค์กรการใช้ TQM เป็นสิ่งสำคัญ ในการปรับปรุงประสิทธิภาพขององค์กร และได้กล่าวว่ามีการศึกษาจำนวนมาก ตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่าง TQM และประสิทธิภาพผลการปฏิบัติงาน โดยใช้ผลการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน เช่น ด้านการเงิน นวัตกรรม ประสิทธิภาพดำเนินงานและคุณภาพ ทั้งนี้ TQM มุ่งเน้นกระบวนการปรับปรุงภายในองค์กร ต่อเนื่องเพื่อให้ได้มูลค่าที่เหนือกว่าของลูกค้าและสนองความต้องการของลูกค้า การจัดการคุณภาพ โดยรวมได้รับความนิยมมากในการกำหนดเป็นแนวทางในการจัดการองค์กร (Gharakhani et al., 2013) ซึ่งเป็นความพยายามร่วมกันทั้งองค์กรที่จะมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้า ประกอบไปด้วย องค์ประกอบที่สำคัญ 5 ด้าน คือ ด้านผู้นำ (Leadership) ด้านการมุ่งเน้นลูกค้า (Customer focus) ด้านการ ปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง (Continuous) improvement) ด้านการมีส่วนร่วมของพนักงาน (Employees involvement) และด้านการจัดการกระบวนการ (Process management)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการคุณภาพโดยรวมกับ ผลสัมฤทธิ์ธุรกิจหรือผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ จากงานวิจัยของ Jabeen et al. (2014) ศึกษาการ จัดการคุณภาพโดยรวม และการจัดการความรู้ มีผลกระทบต่อการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและ ขนาดย่อมในประเทศไนจีเรีย ซึ่งพบว่า การจัดการคุณภาพโดยรวมมีผลกระทบต่อการดำเนินงานของ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไนจีเรียอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Abubakar & Mahmood (2016) ที่ศึกษาการจัดการคุณภาพโดยรวมและผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาด กลาง และขนาดย่อม : หลักฐานเชิงประจักษ์จากธุรกิจภาคการผลิตในประเทศไนจีเรีย (Nigeria) โดยศึกษา จากพนักงานจำนวน 212 ราย และพบว่า การจัดการคุณภาพโดยรวมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงาน

ของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไนจีเรียอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่นเดียวกับการศึกษาของ Nguyen, Pham & Pham (2016) ที่พบว่าการจัดการคุณภาพโดยรวมมีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของบริษัทก่อสร้างในฮานอย และการศึกษาของ Kaynak (2003) พบว่า การจัดการคุณภาพโดยรวมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกและอิทธิพลทางอ้อมต่อผลการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจการผลิตและบริการ และมีผลการวิจัยที่ชี้ว่าการจัดการคุณภาพโดยรวมมีอิทธิพลต่อสัมฤทธิ์ธุรกิจ (Akhtar, Zameer & Saeed, 2014; AJ-Damen, 2017; Kwamega, Li & Ntiemoah, 2015; Nekoueizadeh & Esmali, 2013; Benavides-Velasco, Quintana-Garcia & Marchante -Lara, 2014) จะเห็นได้ว่าการจัดการคุณภาพโดยรวมถือเป็นปัจจัยที่สำคัญมากสำหรับการเพิ่มศักยภาพการจัดการธุรกิจเพื่อความสำเร็จในระยะยาวขององค์กร โดยจะมุ่งเน้นลูกค้า ความพึงพอใจลูกค้าเป็นสำคัญ และมีการบริหารจัดการเพื่อการปรับปรุงคุณภาพของสินค้า หรือบริการอย่างต่อเนื่อง โดยที่พนักงานทุกระดับและทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วมในการปรับปรุง ทั้งนี้เพื่อความสำเร็จและอยู่รอดเติบโตต่อไปในอนาคต

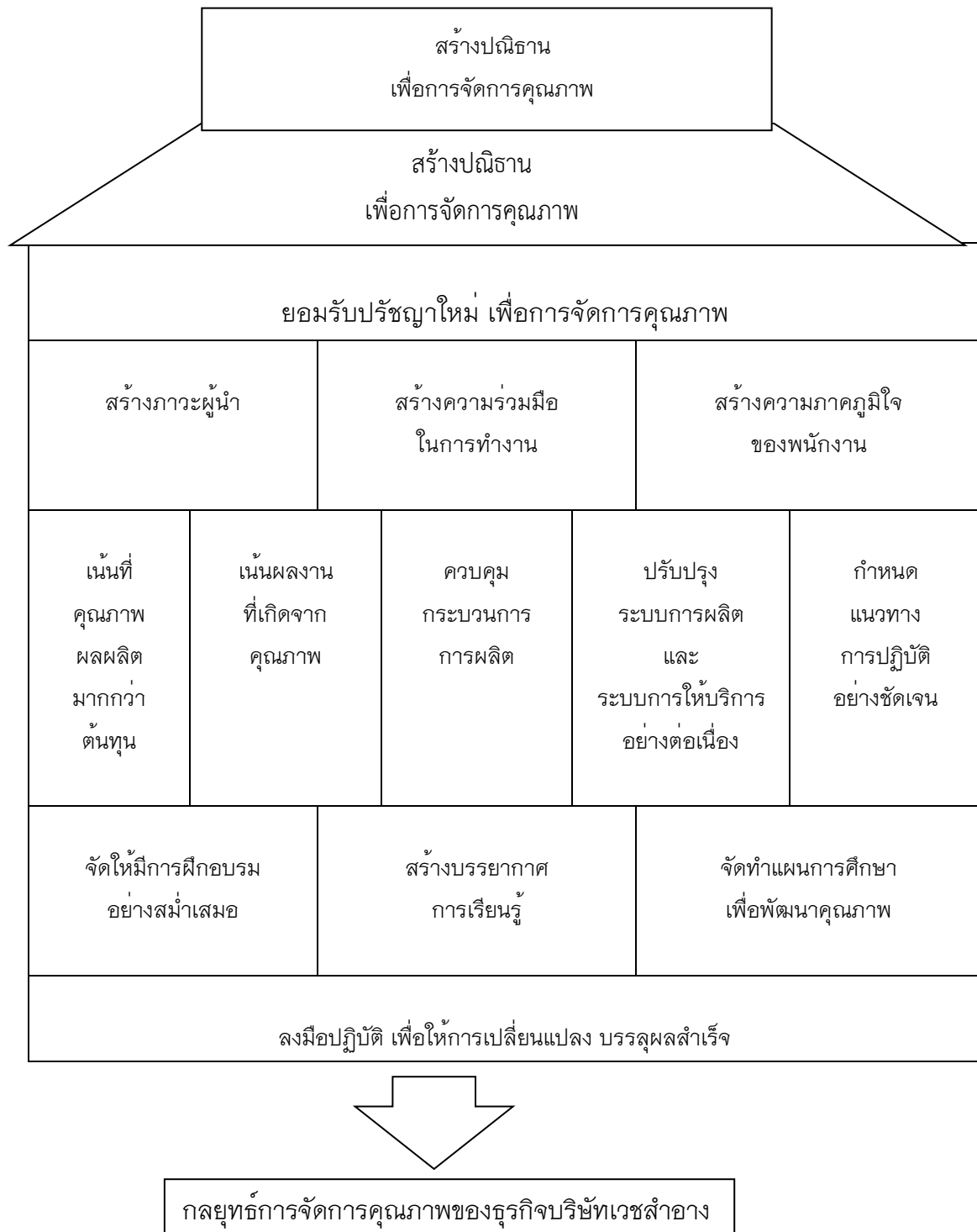
แนวคิดในการพัฒนาคุณภาพ

แนวคิดในการพัฒนาคุณภาพ (Concept of Quality Improvement) โดยเดมมิง (Deming, 1990) เชื่อว่าการบริหารจะประสบความสำเร็จหากทุกคนทำงานอย่างมีคุณภาพ และได้แนะนำหลักการบริหาร 14 ประการ ไว้ดังนี้ (1) สร้างเป้าหมายและจุดประสงค์ขององค์กรเป็นลายลักษณ์อักษร (2) ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานทุกคนเรียนรู้ปรัชญาใหม่ (3) สร้างคุณภาพจากกระบวนการผลิตมากกว่าการตรวจสอบ (4) เลิกการตัดสินใจโดยใช้ราคาเพียงอย่างเดียว (5) ปรับปรุงระบบการผลิตและบริการอย่างสม่ำเสมอและตลอดไป (6) ให้ความสำคัญกับการฝึกอบรม (7) ผู้นำของสถาบันมีการสร้างภาวะผู้นำให้บุคคลในองค์กรเพื่อคุณภาพการปฏิบัติงาน โดยปฏิบัติงานเป็นทีม (8) ขจัดความกลัว สร้างบรรยากาศแห่งความริเริ่ม (9) ขจัดปัญหาอุปสรรคระหว่างแผนก มีการทำงานระหว่างแผนก (10) ขจัดคำขวัญเพื่อเคี้ยวเชื้ญให้ผู้ร่วมงานทำงานมากขึ้น (11) ขจัดโควตาการผลิตที่เป็นตัวเลข ต้องเน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ เลิกการบริหารโดยใช้วัตถุประสงค์ (12) ขจัดอุปสรรคที่ทำให้ผู้ปฏิบัติงานขาดความภาคภูมิใจในตนเอง (13) กระตุ้นการศึกษาและการปรับปรุงตนเองของทุกคน และ (14) ให้เจ้าหน้าที่ทุกคนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงบรรลุผลสำเร็จและถือว่างานเป็นของทุกคน

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิดหลักการบริหารคุณภาพของเดมมิง (W.E. Deming) ประกอบด้วย (1) การสร้างปณิธานเพื่อการจัดการคุณภาพ (2) การยอมรับปรัชญาใหม่เพื่อการจัดการคุณภาพ (3) การสร้างภาวะผู้นำ (4) การสร้างความร่วมมือในการทำงาน (5) การสร้างความภาคภูมิใจของพนักงาน (6) เน้นที่คุณภาพผลผลิตมากกว่าต้นทุน (7) เน้นผลงานที่เกิดจากคุณภาพ (8) การควบคุมกระบวนการผลิต (9) การปรับปรุงระบบการผลิตและระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง (10) กำหนดแนวทางการปฏิบัติอย่างชัดเจน (11) จัดให้มีการฝึกอบรมอย่าง

สมำเสมอ (12) สร้างบรรยากาศการเรียนรู้ (13) จัดทำแผนการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพ (14) ลงมือปฏิบัติ เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงบรรลุผลสำเร็จ โดยมีรายละเอียดตามกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ พื้นที่วิจัย คือ อุตสาหกรรมเวชสำอาง ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบด้วย บุคลากร คู่ค้า (Supplier) และลูกค้า โดยมีลักษณะคือ เป็นผู้ที่มีความ

เกี่ยวข้องและอยู่ในสายงานของกระบวนการจัดการคุณภาพ มีจำนวนทั้งหมด 14 คน ได้แก่ บุคลากร จำนวน 9 คน คู่ค้า (Supplier) จำนวน 3 คน และลูกค้า จำนวน 2 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจงจากผู้มีคุณสมบัติ ดังนี้ (1) เป็นคนที่รู้เรื่องนั้น ๆ อย่างแท้จริง (2) เป็นคนที่ยังอยู่ในวงการและมีความรู้ทันสมัยในเรื่องนั้น ๆ (3) ไม่เป็นผู้ที่อยู่ในวงการเดียวกับผู้สัมภาษณ์ เพราะข้อมูลบางส่วนอาจถูกมองข้าม เนื่องจากคิดว่าเป็นข้อมูลที่ทั้งสองฝ่ายต่างรู้อยู่แล้ว (4) ต้องเป็นคนที่สามารถให้เวลากับการสัมภาษณ์อย่างเพียงพอ (5) ผู้ให้สัมภาษณ์ต้องไม่เป็นนักวิเคราะห์ แต่ต้องเป็นนักเล่าเรื่องที่ดี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ประกอบด้วยคำถามที่กำหนดไว้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ข้อมูลส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์ บริบทการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง ปัญหาการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง และรูปแบบการพัฒนาการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง ใช้การสังเคราะห์ข้อมูลแบบแก่นสาระแล้วนำมาเขียนบรรยายเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 พรรณนาบริบทการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง ผลการวิจัยพบว่า ด้านนโยบาย (policy) หน่วยงานมีการนำนโยบายระบบการจัดการต่าง ๆ มาใช้ให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ประกอบด้วย มาตรฐาน GMP PIC/S ระบบมาตรฐานการจัดการ ข้อกำหนด ความต้องการ และความพึงพอใจของลูกค้า ความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การคัดสรรวัตถุดิบ ตรวจสอบการผลิต ตรวจวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ มีการรับประกันคุณภาพสินค้าและบริการ ด้วยกระบวนการปฏิบัติงานที่ดีด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม เสริมสร้างพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีความเหมาะสมกับงาน ชื่อสัตย์เสริมสร้างจิตสำนึก และมีความรับผิดชอบต่อสังคม

การศึกษาหลักเกณฑ์ของการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง ประกอบด้วย 1) เกณฑ์ตามกฎหมายที่กำหนดบังคับให้ระบบต้องมีการจัดการด้านคุณภาพ 2) เกณฑ์ความพึงพอใจ และ 3) หลักเกณฑ์การจัดการคุณภาพ

กระบวนการ (Process) ในการดำเนินงานการจัดการคุณภาพ ผู้บริหารทุกระดับต้องสร้างความตระหนักและให้ความสำคัญในด้านคุณภาพให้กับทุกคนในองค์กร และใช้วงจรคุณภาพในการดำเนินงานคุณภาพ ประกอบด้วย การวางแผน การปฏิบัติ การตรวจเช็ค ตรวจสอบ และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จนได้แนวทางในการปฏิบัติงานที่เหมาะสมตามคู่มือมาตรฐานในการปฏิบัติงาน

หน่วยงานที่ร่วมรับผิดชอบ (participation) ในการดำเนินการนโยบายการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง มีหน่วยงานที่รับผิดชอบ ประกอบด้วย (1) หน่วยงานวิจัยและพัฒนา (2) หน่วยงานวางแผนการผลิต (3) หน่วยงานจัดซื้อ (4) หน่วยงานคลัง (5) หน่วยงานควบคุมคุณภาพ (6) หน่วยงานการผลิต (7) หน่วยงานสนับสนุนบริการลูกค้า (8) หน่วยงานสินค้าสำเร็จรูป (9) หน่วยงานฝ่ายจัดสินค้า (10) ฝ่ายจัดส่ง (11) หน่วยงานฝ่ายตรวจรับ ตรวจสอบวัตถุดิบ และ (12) หน่วยงานประกันคุณภาพ

หลักการจัดการเกี่ยวกับบุคลากร (person) ในการดำเนินงานการจัดการคุณภาพในอุตสาหกรรมเวชสำอาง ประกอบด้วย 1) การให้ความสำคัญกับลูกค้า พนักงาน ซึ่งต้องได้รับความร่วมมือกับทุกฝ่าย ตั้งแต่ฝ่ายบริหารถึงฝ่ายปฏิบัติ 2) สอดคล้องกับวัตถุประสงค์มุ่งเน้นที่กระบวนการอย่างมีมาตรฐานของทุกฝ่ายในหน่วยงาน 3) หลักการจัดการคุณภาพเริ่มตั้งแต่ การผลิต การตรวจ การวิเคราะห์ การปรับปรุงมีทรัพยากรที่เพียงพอ และ 4) สายบังคับบัญชาตามโครงสร้างองค์การ เริ่มตั้งแต่ ฝ่ายบริหาร ผู้จัดการส่วน ฝ่าย แผนก และพนักงานตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 2 ปัญหาการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง พบว่า (1) การสร้างปณิธานเพื่อการจัดการคุณภาพ ขาดความชัดเจนด้านความเข้าใจและการปฏิบัติ (2) การยอมรับปรัชญาใหม่เพื่อการจัดการคุณภาพ มีความคิดเห็นเชิงบวกไม่พบความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา (3) การสร้างภาวะผู้นำ พนักงานไม่กล้าแสดงออก บางส่วนมีความรับผิดชอบไม่เพียงพอ การฝึกอบรมส่งเสริมการสร้างภาวะผู้นำไม่เพียงพอและไม่ต่อเนื่อง ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาวะผู้นำ (4) การสร้างความร่วมมือในการทำงาน พนักงานบางส่วนยังไม่ร่วมกิจกรรมครบทุกกิจกรรม ปัญหาการพูดคุย อภิปราย การนำเสนอการทำงานเป็นทีม เห็นว่ากิจกรรมที่สร้างเพื่อส่งเสริมความร่วมมือเป็นการเพิ่มภาระงานของพนักงาน (5) การสร้างความภาคภูมิใจของพนักงาน พนักงานมีค่านิยมแตกต่างกัน การระบาดของโควิด 19 ทำให้มีปัญหาต่อการทำงานเป็นทีม ส่งผลให้พนักงานมีความภาคภูมิใจน้อยลง มีความขัดแย้งกันภายใน เกิดความเครียดและเหนื่อยล้าต่อการทำงาน ไม่มีขวัญกำลังใจและสวัสดิการตรงกับความต้องการ (6) ด้านเน้นคุณภาพผลผลิตมากกว่าต้นทุน ราคาวัตถุดิบสูงขึ้น การขาดแคลนวัตถุดิบในบางช่วงเวลา ความกังวลในกระบวนการทำงานทุกฝ่าย การเปลี่ยนแปลงแหล่งวัตถุดิบหายากขึ้น (7) การเน้นผลงานที่เกิดจากคุณภาพ สินค้าที่ผลิตออกมาไม่เหมือนเดิม ลูกค้าย้องเรียน การขนส่งเกิดความเสียหาย ด้านบรรจุภัณฑ์มีการละเลยในขั้นตอนการผลิต และเครื่องมือเครื่องจักรชำรุด ไม่เพียงพอต่อการกำลังการผลิต (8) การควบคุมการผลิต พนักงานละเลยการทำงานตามขั้นตอน ขาดความรู้ ทักษะ ความสามารถ ไม่สามารถดำเนินการผลิตไปตามแผน ล่าช้า สื่อสารที่ไม่ตรงกัน (9) การปรับปรุงระบบการผลิตและระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง พนักงานมีความคิดเห็นเชิงบวก เนื่องจากใช้ดัชนีวัดผลงานหรือความสำเร็จของงาน (KPI) วงจรคุณภาพ (PDCA) (10) การกำหนดแนวทางปฏิบัติอย่างชัดเจน ได้รับความเห็นชอบจาก บริษัทมีการจัดทำคู่มือ ระเบียบปฏิบัติ เป็นโปรแกรมสำเร็จรูป ทำให้การปฏิบัติงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างถูกต้อง เหมาะสม และมีการทบทวนปีละ 1 ครั้ง (11) การจัดการฝึกอบรมสม่ำเสมอ ไม่ได้รับการอบรมอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ การฝึกอบรมบางเรื่องพนักงานไม่ได้นำไปปฏิบัติ และไม่ตรงกับความต้องการ ผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียไม่ได้เข้าร่วมเรียนรู้ร่วมกัน (12) การสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ พนักงานบางส่วนไม่สนใจในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ และผู้บริหารไม่ได้สำรวจความต้องการที่จะเรียนรู้ของพนักงานอย่างแท้จริง หัวหน้าฝ่ายต่าง ๆ ไม่ได้ชี้แจงการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน พนักงานเกิดความไม่มั่นใจในการทำงานและการแก้ไขปัญหา การจัดการหาอุปกรณ์เครื่องจักร ระบบความปลอดภัย และสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ (13) การจัดทำแผนการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพ การลาออกจาก

บริษัทของพนักงานที่ได้รับการพัฒนาแล้ว พนักงานบางส่วนยังไม่เห็นความสำคัญของการศึกษาต่อ แผนการศึกษาเนื้อหาไม่ตรงกับความรู้ที่นำไปใช้งานจริง พนักงานมีภาระงานมากขึ้น เนื่องจากต้องทำงานแทนพนักงานที่ศึกษาต่อ (14) การลงมือปฏิบัติเพื่อให้การเปลี่ยนแปลงบรรลุผลสำเร็จ ผู้บริหารมีการชี้แจงนโยบายระบบบริหารของบริษัท เป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลง ให้ความชัดเจนและสร้างความมั่นใจในการปฏิบัติงานเพื่อแก้ปัญหา

วัตถุประสงค์ที่ 3 รูปแบบการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง มีองค์ประกอบ 9 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) การฝึกอบรม (2) สนับสนุนให้แต่ละหน่วยงานได้แสดงความคิดเห็นเพื่อคุณภาพและความภาคภูมิใจ (3) การสร้างจิตสำนึกด้านคุณภาพพนักงานตั้งใจมุ่งมั่น ปรับปรุงพัฒนางานอย่างต่อเนื่อง (4) ระบบ Quality Control Circle (QCC) ที่พนักงานสมัครใจร่วมกันดำเนินการ (5) ระบบวงจรคุณภาพ (PDCA) ในการบริหารงานอย่างมีคุณภาพ (6) การสร้างขวัญกำลังใจ ความสุข ความสัมพันธ์ที่ดี สิ่งแวดล้อมถูกสุขอนามัย ผลตอบแทนที่ยุติธรรม มีสวัสดิการตรงกับความต้องการ ผู้บริหารเห็นความสำคัญของพนักงาน การบริหารงานแบบวัฒนธรรมครอบครัว พนักงานมีความพึงพอใจในหน้าที่ (7) การประชาสัมพันธ์องค์การ ความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก (8) การมีส่วนร่วมและทำงานเป็นทีม และ (9) ความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง

อภิปรายผลการวิจัย

บริบทการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง ด้านนโยบายซึ่งต้องเน้นที่การจัดการคุณภาพที่กำหนดโดยข้อกำหนด ความต้องการและความพึงพอใจสูงสุดของลูกค้า เนื่องจากปัจจุบันลูกค้าก็คำนึงถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและสังคมมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ วิรัช สงวนวงศ์วาน (2560) และวัตถุประสงค์หลักของอุตสาหกรรมเวชสำอาง รวมทั้งแนวคิดของ Mehra, Hoffman, Sirias, (2001) และกฤษฎิยา มูลศรี (2562) ที่เห็นสอดคล้องกันว่า การจัดการคุณภาพโดยรวมประกอบด้วย นโยบายองค์การ การมุ่งเน้นลูกค้า และการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ด้านหลักเกณฑ์ของการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง ประกอบด้วย เกณฑ์ตามกฎหมาย และเกณฑ์ความพึงพอใจที่ต้องใช้มาตรฐานระดับสากลเป็นไปตามแผนธุรกิจ และ Bogna Gudowska (2017) ที่พบว่า การจัดการคุณภาพโดยการรับประกันที่จะบรรลุความคาดหวังของลูกค้าจะต้องให้ความสำคัญเรื่องคุณภาพในระดับสากล ส่วนด้านหลักการในการดำเนินการจัดการคุณภาพ ประกอบด้วย การให้ความสำคัญกับลูกค้าและความร่วมมือจากทุกฝ่าย สอดคล้องกับแนวคิดของ วิรัช สงวนวงศ์วาน (2560) อโณทัย งามวิชัยกิจ (2560) ที่เห็นสอดคล้องกันว่า การจัดการคุณภาพ ประกอบด้วย โครงสร้างบุคลากร สินค้า และมุ่งเน้นลูกค้าเป็นสำคัญ ส่วนกระบวนการในการดำเนินงานจัดการคุณภาพ ที่ประกอบด้วย การสร้างความตระหนัก การตรวจสอบ การควบคุม การจัดทำคู่มือปฏิบัติงานเป็นมาตรฐาน นำคู่มือไปปฏิบัติ และพัฒนาคุณภาพ สอดคล้องกับแนวคิดของอโณทัย งามวิชัยกิจ (2560) ที่เห็นสอดคล้องกันว่า กระบวนการตรวจสอบคุณภาพ วางกรอบการพัฒนาคุณภาพคู่มือปฏิบัติงานที่เป็นมาตรฐานเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ

โดยสิ่งแรกที่จะต้องปฏิบัติ คือ การสร้างความตระหนักด้านคุณภาพให้เกิดขึ้นกับพนักงานทุกคนในองค์กร สำหรับหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินการนโยบายการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง ที่พบว่า หน่วยงานวิจัย หน่วยงานวางแผนการผลิต หน่วยงานจัดซื้อ หน่วยงานคลัง หน่วยงานควบคุมคุณภาพ หน่วยงานการผลิต หน่วยงานสนับสนุนการบริการลูกค้า หน่วยงานฝ่ายจัดสินค้า ฝ่ายจัดส่ง ฝ่ายตรวจรับวัตถุดิบ และหน่วยงานประกันคุณภาพ เป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบการดำเนินการนโยบายการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง

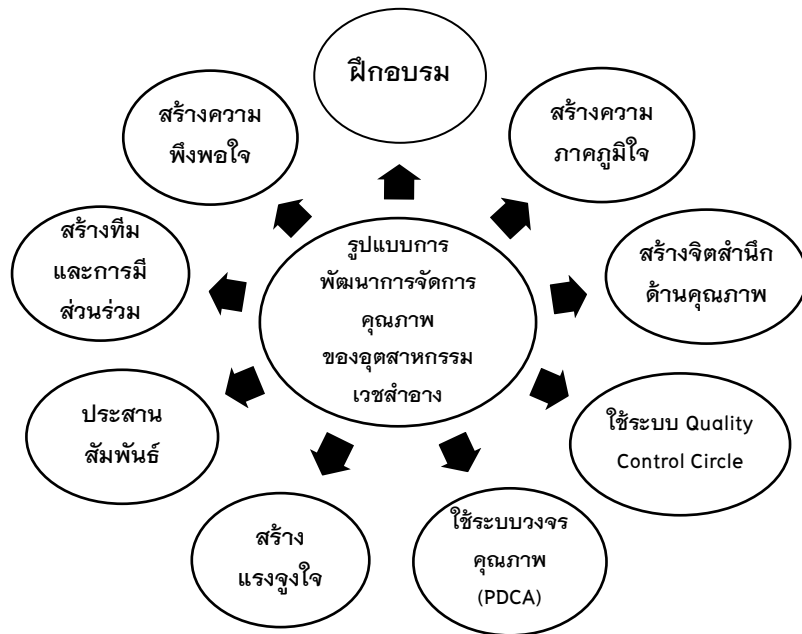
รวบรวมปัญหาและการปรับปรุงแก้ไขการจัดการคุณภาพของบริษัทอุตสาหกรรมเวชสำอาง สำหรับปัญหาด้านการสร้างปณิธานเพื่อการจัดการคุณภาพ ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่ยังขาดความชัดเจน และมีปัญหาด้านการปฏิบัติพนักงาน สืบเนื่องมาจากคำว่า ปณิธาน เป็นคำที่เข้าใจยาก ซึ่งแตกต่างจากแนวคิดของ สาสิต รุ่งฤดีสมบัติกิจ (2556) ที่กล่าวว่า การบริหารคุณภาพโดยรวมกับการดำเนินกิจกรรมระบบผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้เป็นปรัชญาในการบริหารกลยุทธ์ระบบผลิตภัณฑ์บริการได้ ด้านภาวะผู้นำพบปัญหาเกี่ยวกับพนักงาน คือ ไม่กล้าแสดงออก ความรับผิดชอบไม่เพียงพอ ไม่มีอำนาจในการตัดสินใจ ได้ทันที ขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาวะผู้นำ สอดคล้องกับการประเมินสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของอุตสาหกรรมเวชสำอาง ที่พบว่าพนักงานที่มีอายุน้อยกว่า 3 ปี ยังมีทักษะการทำงานยังไม่ดีพอ และไม่กล้าแสดงออก เป็นไปตามแนวคิดของ Demming (1995) และเร้งรัต สุทธิสน (2558) ที่กล่าวถึงการพัฒนาคุณภาพขึ้นอยู่กับหลักการบริหาร ได้แก่ การขจัดความกลัว สร้างบรรยากาศแห่งความริเริ่ม ทั้งนี้เป็นไปตามการประเมินสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กรของอุตสาหกรรมเวชสำอาง ที่พบว่าปัญหาด้านบุคลากรขาดจิตสำนึกรักองค์กร ขาดความตระหนักถึงความสำคัญของบทบาทหน้าที่ ด้านการเน้นผลงานที่เกิดจากคุณภาพ สอดคล้องกับการประเมินสภาพแวดล้อมภายในภายนอกองค์กรที่พบว่าบริษัทมีจุดอ่อน คือ ไม่มีอำนาจในการต่อรองในการสั่งซื้อวัตถุดิบ ซึ่งปาริชาติ เพชรพุก (2560) พบว่า ผู้บริโภคขาดการรับรู้เกี่ยวกับสมุนไพรไทย และผลิตภัณฑ์ไทยยังขาดความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพ ด้านความภาคภูมิใจของพนักงาน พบว่า ค่านิยมของพนักงานมีความแตกต่างกัน ขาดความรู้ไม่เห็นความสำคัญของการจัดการคุณภาพ การทำงานเป็นกลุ่มค่อนข้างยาก ภาระงานมากเกินไป เกิดความเครียด ไม่มีขวัญกำลังใจ มีการประเมินที่ไม่เป็นธรรม และไม่มีสวัสดิการตรงกับความต้องการ เนื่องจากการทำงานอาจเกิดความเครียดจากการทำงานที่พนักงานจะต้องเน้นคุณภาพของสินค้าในทุกขั้นตอน ด้านการควบคุมการผลิต สอดคล้องกับแนวคิดของการประเมินสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร พบว่า การบริหารจัดการมาตรฐานในการวิเคราะห์ยังไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ การสื่อสารเกี่ยวกับข้อกำหนดยังไม่มีประสิทธิภาพ

เสนอรูปแบบการพัฒนาการจัดการคุณภาพของบริษัทอุตสาหกรรมเวชสำอาง ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบการพัฒนาการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอางประกอบด้วย (1) การฝึกอบรมพัฒนาพนักงานเพื่อนำไปใช้ในการจัดทำระบบคุณภาพ อย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างภาวะผู้นำและกัลยาณมิตร (2) สนับสนุนให้หน่วยงานพนักงานแสดงความคิดเห็น เพื่อปรับปรุงคุณภาพสนองความต้องการของลูกค้า

เป็นหลัก (3) การสร้างจิตสำนึกด้านคุณภาพ (4) การสร้าง Quality Control Circle (QCC) เพื่อพัฒนางานคุณภาพและการมีส่วนร่วมกับทีมงาน (5) ระบบวงจรคุณภาพ (6) ด้านการสร้างขวัญกำลังใจ สร้างความสุขในการทำงานความสัมพันธ์ที่ดีให้เกิดขึ้น (7) สร้างสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ดีถูกสุขอนามัย (8) ด้านผลตอบแทนหรือรางวัลสำหรับพนักงานอย่างยุติธรรม มีสวัสดิการที่ตรงกับความต้องการของพนักงาน และ (9) พนักงานมีความพึงพอใจในการทำงาน เกิดความภูมิใจในตนเอง และมีการบริหารงานแบบวัฒนธรรมครอบครัว สอดคล้องกับแนวคิดของ George and Jones (2006) ที่กล่าวว่า หลักการจัดการและบทบาทหน้าที่ระบบการจัดการ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การควบคุม และการเป็นผู้นำ สอดคล้องกับแนวคิดของ Parul & Rubal (2016) และ Akhtar, Zameer & Saeed (2014) กล่าวว่า การจัดการคุณภาพโดยรวม คือ การพยายามร่วมกันของทุกคนทั่วทั้งองค์การ ประกอบด้วย ด้านผู้นำ ด้านมุ่งเน้นลูกค้า การปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง และการมีส่วนร่วมของพนักงาน สอดคล้องกับแนวคิดของ Mehra, Hoffman, Sirias, (2001) ที่กล่าวว่า การบริหารคุณภาพโดยรวม ประกอบด้วย ด้านสิ่งแวดล้อมในการทำงานที่ดี สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของบริษัทบางกอก แลป แอนคอสเมติกส์ จำกัด ที่กำหนดวิสัยทัศน์ว่า “เป็นผู้นำการคิดค้นนวัตกรรม เป็นธุรกิจธรรมชาติ บำรุงการภูมิปัญญาไทย สร้างประโยชน์ให้ผู้บริโภค” สอดคล้องกับนโยบายของบริษัท ด้านการเสริมสร้างจิตสำนึก ส่งเสริมการทำงานอย่างมีความสุข มีแรงงานสัมพันธ์ที่ดี มีรายได้และสวัสดิการที่เหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษติญา มุลศรี (2562) ได้ศึกษากรอบแนวคิดแมคคินซี 7s และการจัดการคุณภาพโดยรวมที่มีผลสัมฤทธิ์ธุรกิจ ผลการศึกษาพบว่าแบบจำลองกรอบแนวคิดที่พัฒนาขึ้นมีตัวแปรด้านผู้นำและด้านการมุ่งเน้นลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของอินทัย งามวิชัยกิจ (2560) ศึกษาแนวทางการจัดการคุณภาพแบบองค์รวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเอเชีย พบว่าแนวทางการสร้างการจัดการคุณภาพแบบวงจรคุณภาพ ได้แก่ การสร้างการเป็นผู้นำด้านคุณภาพอย่างยั่งยืน มีจุดแข็ง คือ มีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ดี เพื่อลดขยะ คัดแยกขยะ และมีสวัสดิการที่ดีเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมแห่งอื่นในจังหวัดราชบุรี

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

จากการวิจัย การพัฒนาการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง พบรูปแบบการพัฒนาการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง 9 ประการ ดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพรูปแบบการพัฒนาการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอาง

สรุป

บริบทการจัดการคุณภาพ ประกอบด้วย 4P คือ นโยบาย (policy) กระบวนการดำเนินงาน (process) ความร่วมมือของหน่วยงาน (participatory) และ บุคลากร (person) โดยกระบวนการดำเนินงานต้องเริ่มด้วย สร้างปณิธานร่วมกันอย่างชัดเจน สร้างภาวะผู้นำทั่วทั้งองค์กร ด้านความมั่นใจ ความรับผิดชอบ ความร่วมมือ ความภาคภูมิใจ มุ่งเน้นคุณภาพผลผลิตมากกว่าต้นทุน มีแผนปฏิบัติการร่วมกัน และควบคุมการผลิตให้เป็นไปตามแผน มีการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอ สร้างบรรยากาศการเรียนรู้เชิงนวัตกรรมในองค์กร สร้างแรงจูงใจในการเรียนรู้สิ่งใหม่ จัดทำแผนการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพ โดยมีรูปแบบการจัดการคุณภาพที่ชัดเจน ที่เน้นการสร้างระบบการทำงานเป็นทีม การเสริมสร้างความมั่นใจเพื่อความภาคภูมิใจในงาน การสร้างจิตสำนึกเพื่อการจัดการคุณภาพ และการสร้างบรรยากาศและสภาพแวดล้อมในการทำงานอย่างมีความสุข

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากการศึกษาบริบทด้านต่าง ๆ ของบริษัทอุตสาหกรรมเวชสำอาง พบว่า ด้านนโยบาย ด้านหลักเกณฑ์ ด้านหลักการ และด้านกระบวนการของการจัดการคุณภาพของบริษัทดังกล่าวเน้นความ ต้องการสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้เกิดขึ้นกับลูกค้า ผู้วิจัยขอเสนอแนะ ดังนี้ 1) จัดทำแผนการตลาด ซึ่งเป็นกลยุทธ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า ได้แก่ กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและโลจิสติกส์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้าน

บุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ 2) การสร้างความพึงพอใจสูงสุดให้ลูกค้า บริษัทต้องมีการสร้างความพึงพอใจด้านรูปร่างสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ ด้านเวลา ด้านกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของ และความพึงพอใจด้านภาพลักษณ์

2. จากการวิจัยปัญหาการจัดการคุณภาพด้านการสร้างปณิธาน พบว่า มีหลายระดับพนักงานบางส่วนยังไม่มีความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริง เนื่องจากการตั้งปณิธานส่วนมากมาจากกลุ่มผู้บริหาร ดังนั้น ผู้วิจัยขอเสนอแนะวิธีการสร้างปณิธานเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาดังกล่าว ได้แก่ 1) เนื่องจากปณิธานเป็นข้อกำหนดร่วมกันของคนในองค์กร ควรมีการระดมความคิดเห็นในการสร้างร่วมกันตั้งแต่ฝ่ายบริหาร จนถึงพนักงานระดับปฏิบัติการ ทำให้ทุกคนมีส่วนร่วมในการสร้างปณิธานด้วยตนเองและนำไปปฏิบัติงานด้วยตนเอง และนำไปปฏิบัติด้วยตนเอง 2) ข้อความต้องการนำมาซึ่งทิศทางที่ชัดเจนให้เกิดพลัง และความร่วมมือด้วยกัน ย่อยต่อการเข้าใจ จดจำง่าย เราใจให้ปฏิบัติตามมาจากความคิดของทุกคนในองค์กร

3. จากการวิจัยปัญหาการจัดการคุณภาพด้านภาวะผู้นำและด้านการสร้างความร่วมมือในการทำงาน พบว่า พนักงานไม่กล้าแสดงออก ขาดการสื่อสารการพูดการนำเสนอ บางส่วนไม่เข้าร่วมกิจกรรม การฝึกอบรมเสริมสร้างภาวะผู้นำไม่ต่อเนื่องและเพียงพอ ในการจัดกิจกรรมสถานที่ไม่เอื้ออำนวย พนักงานไม่มีอำนาจในการตัดสินใจได้ทันที เนื่องจากสายการบังคับบัญชา และขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับภาวะผู้นำ ดังนั้น ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้ 1) บริษัทต้องสร้างภาวะผู้นำในทุกระดับของพนักงาน โดยพิจารณาจากบุคลิกภาพของแต่ละคนว่าเหมาะสมกับผู้นำลักษณะใด แต่การพัฒนาจะต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สม่ำเสมอ 2) สนับสนุนให้พนักงานแต่ละคนมีอำนาจในการตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ในการปฏิบัติหน้าที่ของตนเอง โดยใช้การประชุมและตัดสินใจร่วมกันอาศัยประชาธิปไตย และ 3) ผู้บริหารเอื้ออำนวยสถานที่ในการจัดกิจกรรม เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน เช่น การจัดนอกสถานที่ การประชุมโต๊ะกลม การระดมสมอง เป็นต้น

4. ผลการวิจัยปัญหาการจัดการคุณภาพด้านการเน้นผลงานที่เกิดจากคุณภาพ พบว่า มีการเปลี่ยนแปลงแหล่งวัตถุดิบ มีความเสียหายจากการขนส่ง และมีเครื่องมือเครื่องจักรชำรุดเสียหาย ผู้วิจัยขอเสนอแนะดังนี้ 1) ทำการสำรวจแหล่งวัตถุดิบ จัดทำทำเนียบรายชื่อแหล่งวัตถุดิบ เพราะวัตถุดิบเป็นหัวใจสำคัญของคุณภาพสินค้า มีการเปรียบเทียบคุณภาพและราคาจากหลายแหล่ง และ 2) จัดระบบการขนส่งสินค้าโดยเน้นการขนส่งบริการถึงลูกค้าโดยตรง เร็วที่สุด และประหยัดที่สุด มีระบบป้องกันความสูญเสียในการขนส่งตลอดเส้นทาง ทั้งด้านยานพาหนะและบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการขนส่ง

5. ผลการวิจัยปัญหาด้านความภาคภูมิใจของพนักงาน พบว่า ขาดการทำงานเป็นกลุ่ม ภาระงานของพนักงานที่มีมากเกินไป ผู้บริหารมีการประเมินที่ไม่เป็นธรรม และสวัสดิการไม่ตรงกับความต้องการ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้ 1) การสร้างแรงจูงใจในการทำงาน โดยการปรับปรุงการประเมินผลงานเพื่อให้เป็นธรรมมากขึ้น ทบทวนภาระงานของพนักงานแต่ละฝ่าย โดยคำนึงถึงคุณภาพชีวิตของพนักงาน อาจจะเพิ่มเวลาส่วนตัวให้สมดุลกับการทำงาน และเวลาพักผ่อนให้กับพนักงานมากขึ้น และ 2) สำรวจความ

ต้องการของพนักงานด้านขวัญและกำลังใจในการทำงาน เช่น การพัฒนาศักยภาพของพนักงาน สวัสดิการ และสิทธิพิเศษอื่น ๆ

6. ผลการวิจัยปัญหาด้านการจัดการทำแผนการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพ พบว่า เมื่อพนักงานเข้ารับการพัฒนาแล้วเกิดการลาออก ไม่มีพนักงานทดแทนแผนการอบรมไม่ตรงกับความรู้ที่นำไปใช้งานจริง และพนักงานมีภาระงานมาก ผู้วิจัยขอเสนอแนะได้ดังนี้ 1) บริษัทจัดแผนพัฒนาบุคลากร เพื่อพัฒนาคุณภาพเป็นแผนเฉพาะหน่วยงานหรือฝ่าย และแผนเฉพาะบุคคล เช่น ความรู้ความสามารถในงาน ทักษะที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานในตำแหน่งต่างๆ และ 2) เมื่อส่งพนักงานไปศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้น บริษัทควรมีการทำสัญญาในเรื่องต่าง ๆ เช่น เมื่อศึกษาจบแล้วต้องมาทำงานชดเชยที่ปี และควรไปศึกษาต่อให้ตรงกับสายงานที่บริษัทต้องการ

7. ปัญหาด้านการจัดการคุณภาพด้านการควบคุมการผลิต พบว่า การผลิตเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยขอเสนอแนะดังนี้ 1) จัดทำและทบทวนแผนการผลิต พร้อมทั้งให้ความรู้ ทักษะและความสามารถในการผลิต ควบคุมพนักงานให้ปฏิบัติตามแผนการผลิตอย่างเคร่งครัด และมีการตรวจสอบเครื่องจักรทุกระบบการผลิต และ 2) การควบคุมการผลิต โดยใช้วงจรคุณภาพ และมีการควบคุมการผลิตก่อนการดำเนินงาน ระหว่างการดำเนินงาน และหลังการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. เนื่องจากการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาเฉพาะกลุ่มผู้บริหารและพนักงานในบริษัท ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาวิจัยเชิงปริมาณกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้า ผู้บริโภค และผู้มีส่วนได้เสียกับบริษัท ในประเด็นของการจัดการคุณภาพเช่นเดียวกัน เพื่อให้ผลการศึกษาคอบคลุมทุกมิติ

2. จากการศึกษาด้านปัญหาการจัดการคุณภาพของอุตสาหกรรมเวชสำอางส่วนมาก พบว่าเป็นปัญหาเกี่ยวกับบุคลากรเป็นส่วนมาก ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเกี่ยวกับด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร เช่น การสร้างขวัญกำลังใจ การสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ซึ่งทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการคุณภาพและการดำเนินงานของบริษัท

เอกสารอ้างอิง

- กฤต วรานุรักษ์ และวศิน เหลี่ยมปรีชา.(2563). การจัดการความรู้ลูกค้าของผู้ประกอบการเวชสำอางธรรมชาติในเขตภาคเหนือ. วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 7(2), 1 – 17.
- กฤษติญา มูลศรี. (2562). กรอบแนวคิดแมคคินซี 7s และการจัดการคุณภาพโดยรวมที่มีผลสัมฤทธิ์ธุรกิจ. วารสารสหการวิจัย ฉบับบัณฑิตศึกษา, 8(1), 40.
- ปาริชาติ เพชรพุก. (2560). โอกาสทางการตลาดของเครื่องสำอางสมุนไพรไทยในตลาดโลก (การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิรัช สงวนวงศ์วาน. 2560. การจัดการเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: ท็อป.

- อโณทัย งามวิชัยกิจ. (2560). แนวทางการจัดการคุณภาพแบบองค์รวมของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเอเชีย. *วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร*, 14(1), 65–66.
- Abubakar, R. & Mahmood, R. (2016). Firm resource advantage, total quality Management, SME performance: Empirical evidence from Nigerian manufacturing firms. *Journal of business management, MAYFEB Journal of Business and Management*, 1, 1–9.
- Al-Damen, R. (2017). The impact of Total Quality Management on organizational performance Case of Jordan Oil Petroleum Company. *International Journal of Business and Social Science*, 8(1), 192–202.
- Akhtat, S., Zameer, H. & Saeed, R. (2014). Impact of Total Quality Management on the Performance of Service Organizations in Pakistan. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences*, 3(6), 109–117.
- Benavides-Velasco, C., Quintana-Garcia, C., & Marchante-Lara, M. (2014). Total Quality Management, corporate social responsibility and performance in the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 41, 77–87.
- Gharakhani, D. et al. (2013). Total Quality Management and Organizational Performance. *American Journal of Industrial Engineering*, 1(3), 46–50.
- Jabeen, R., Shehu, A., Mahmood, R., & Mata, B. (2014). TQM and Knowledge Management Impacts on SME Performance. *International Postgraduate Business Journal*, 6(2), 23–43.
- Kwamega, M., Li, D., & Ntiamoah, E. (2015). Role of Total Quality Management (TQM) as a Tool for Performance Measurement in Small and Medium Sized Enterprise (SME'S) in Ghana. *British Journal of Economics, Management & Trade*, 10(3), 1–10.
- Mehra, S., Hoffman, J. M., Sirias, D. (2001). *TQM as a management strategy for the next millennia*. *International Journal of Operations & Production Management*, 21(5/6), 855 – 876.
- Nekoueizadh, S. & Esmaili, S. (2013). A study of the impact of TQM on organizational performance of the Telecommunication Industry in Iran. *European Online Journal of Natural and Social Sciences*, 2(3), 968–978.
- Parul, K. & Rubal, K. (2016). Total Quality Management is an Important Factor in Today's Business World. *IOSR Journal of Business and Management*, 18(6), 84–88.
- Saeed, N. & Hasan, A. (2012). The Effects of Total Quality Management on Construction Project Performance: Case Study: Construction Firms in Yemen. *Journal of Science & Technology*, 17(2), 11–30.

ทิศทางการตลาดของอุตสาหกรรมสับประดกระป๋องเพื่อการส่งออกของไทย Market direction of canned pineapple industry for export of Thailand

สุทัตตา ตันเจริญ¹, กาญจนา พันธุ์เยี่ยม², ชัชวาล แสงทองล้วน³ และ อธิษฐ์ สิริวริศรา⁴

Sutatta Toncharoen¹, Kanjana Punoiam², Chatchawal Sangthongluan³

and Atitit Sirawaritsara⁴

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์^{1, 2, 3, 4}

College of Innovation Management, Rajamangala University of Technology Rattanakosin, Thailand ^{1, 2, 3, 4}

E-mail:¹sutattann@gmail.com; ²Kanjana_ging@hotmail.com; ³ajarn_wal@hotmail.com;

⁴pote1964@gmail.com

Retrieved September 10, 2022; Revised December 27, 2022; Accepted December 30, 2022

DOI: 10.14456/jappm.2022.28

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการนำเสนอสภาพปัญหาปัจจุบัน แนวทางการพัฒนาการจัดการตลาดและข้อเสนอแนะเชิงนโยบายของจัดการตลาดของอุตสาหกรรมสับประดกระป๋องเพื่อการส่งออกของประเทศไทย

ทิศทางการตลาดของอุตสาหกรรมสับประดกระป๋องเพื่อการส่งออกของประเทศไทยจะสามารถสร้างความยั่งยืนอุตสาหกรรมสับประดไทยตามวิสัยทัศน์ในยุทธศาสตร์สับประด ปี 2560-2569 จำเป็นต้องศึกษาสภาพปัญหา แนวทางการพัฒนาและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ซึ่งจากการศึกษาสภาพปัญหาปัจจุบัน พบปัญหาด้านกฎหมาย ระเบียบ นโยบายทั้งต่างประเทศและในประเทศด้านผู้ประกอบการด้านการตลาดแบบบูรณาการ

สำหรับแนวทางการพัฒนาการจัดการตลาดของอุตสาหกรรมสับประดกระป๋องเพื่อการส่งออกของประเทศไทย ประกอบด้วย การวางแผน กำหนดยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ทางธุรกิจ ด้านการผลิต ด้านการแปรรูป ด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการ โดยกลยุทธ์ทางธุรกิจต้องมีการวางแผนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างอำนาจการต่อรองและการแข่งขัน การสร้างความร่วมมือและความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างประเทศคู่ค้า การครองใจลูกค้า ด้านกระบวนการเน้นการสื่อสาร การพัฒนาและสร้างการมีส่วนร่วม การตลาดดิจิทัล การพัฒนาผู้ประกอบการ การวิจัยและพัฒนา และการประเมินผลอย่างครบวงจร

ข้อเสนอแนะทิศทางการพัฒนาเชิงนโยบายอุตสาหกรรมสับประดกระป๋องเพื่อการส่งออกของประเทศไทย ประกอบด้วย การนำเสนอต่อภาครัฐ กลุ่มจังหวัด กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

กระทรวงพาณิชย์ โดยให้มีการสนับสนุนการศึกษาวิจัยและพัฒนา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การอำนวยความสะดวกในขั้นตอนการส่งออก การส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการ การจัดทำข้อมูลสารสนเทศ อุตสาหกรรมสับประรดทั้งระบบ ระบบการขนส่งตลอดห่วงโซ่อุปทาน กำหนดแผนยุทธศาสตร์เพื่อการส่งออกของกลุ่มจังหวัด และการเจรจาการค้าเพื่อขยายตลาดต่างประเทศ

คำสำคัญ: การจัดการการตลาดแบบบูรณาการ; สภาพแวดล้อมทางการแข่งขันทางการตลาด; อุตสาหกรรมสับประรดเพื่อการส่งออก

Abstract

This article presents the current problem, guidelines for developing market management and policy recommendations Marketing management of the canned pineapple industry for export of Thailand.

Market direction of canned pineapple industry for export in Thailand will be able to create sustainability in the Thai pineapple industry according to the vision in the Pineapple Strategy 2017–2026 is necessary to study the problem conditions, development guidelines and policy recommendations. From the study of current problems, it was found that there were problems in laws, regulations, both foreign and domestic policies and entrepreneurship integrated marketing.

The guidelines for the development of marketing management of the canned pineapple industry for export in Thailand consist of planning, business strategy, production, processing, marketing and management. The business strategy requires production planning, product development, building bargaining power and competition, building cooperation and good relations among trading partners for winning the hearts of customers. The process focuses on communication, development and engagement digital marketing, entrepreneurial development, research and development and comprehensive evaluation.

The policy proposals for the development of the canned pineapple industry for export in Thailand include; the government sector, provincial groups, Department of Trade Negotiations Ministry of Commerce. By supporting research and development, product development, facilitating the export process, integrated marketing promotion, Preparation of information on the entire pineapple industry, transportation system throughout the supply chain, provincial group planning and trade negotiations to expand foreign markets.

Keywords: Integrated Marketing Management; Competitive Marketing Environment; Pineapple Industry For Export

บทนำ

อุตสาหกรรมสับปะรดมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศปีละกว่า 20,000 ล้านบาท โดยเฉพาะอย่างยิ่งสับปะรดกระป๋องซึ่งประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกเป็นอันดับ 1 ของโลก มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 50 โดยมีตลาดหลัก ได้แก่ สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา (กลุ่มสารสนเทศการเกษตร สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดราชบุรี, 2564)

แนวคิดด้านยุทธศาสตร์สับปะรด และโอกาสของการพัฒนา

ประเทศไทยได้สร้างโอกาสในการส่งออกอย่างต่อเนื่อง จากนโยบายของประเทศ ซึ่งได้กำหนดวิสัยทัศน์ตามยุทธศาสตร์สับปะรด ปี 2560–2569 เน้นการผลิตสับปะรดคุณภาพคุณภาพ สร้างความยั่งยืนอุตสาหกรรมสับปะรดไทย ซึ่งประกอบด้วยยุทธศาสตร์และแนวทางการดำเนินงาน ได้แก่ 1) ด้านการผลิต ให้มีการกำหนดพื้นที่ที่เหมาะสม เกษตรกรและโรงงานวางแผนการผลิตและทำสัญญาข้อตกลง (Contract Farming) 2) ด้านการแปรรูป กำหนดให้โรงงานแปรรูปสับปะรดต้องรับซื้อผลผลิตจากเกษตรกรที่ได้ GAP โรงงานแปรรูปสับปะรดเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและลดต้นทุนการผลิต 3) ด้านการตลาด ให้มีการซื้อขายผลิตภัณฑ์สับปะรดในตลาดซื้อขายล่วงหน้า (Future Market) หาตลาดใหม่เพิ่ม และ 4) การบริหารจัดการ ได้แก่ การพัฒนาฐานข้อมูลสับปะรด (ประเสริฐศักดิ์ แสงสัทธา, 2561)

แนวคิดด้านสถานการณ์สับปะรดและแนวทางการแก้ไข

สถานการณ์สับปะรดของโลก ปี 2564 ประเทศไทยยังเป็นประเทศที่ส่งออกมากที่สุด คือ 0.32 ล้านตัน มูลค่า 358.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมาได้แก่ ฟิลิปปินส์ 0.27 ล้านตัน มูลค่า 241.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และอินโดนีเซีย 0.19 ล้านตัน มูลค่า 236.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ตามลำดับ โดยมีสัดส่วนการส่งออกรวมร้อยละ 82.07 ของปริมาณการส่งออกสับปะรดกระป๋องโลก

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังประสบปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อ การส่งออก ในช่วงปี 2560 – 2564 คือ เนื้อที่เก็บเกี่ยวผลผลิตและผลผลิตต่อไร่ของสับปะรดพันธุ์ปัตตาเวียมีแนวโน้มลดลงร้อยละ 5.37 ร้อยละ 7.76 และร้อยละ 2.57 ต่อปี ตามลำดับ และราคาสับปะรดปรับตัวลงอย่างต่อเนื่อง การส่งออกปี 2560 – 2564 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดมีแนวโน้มลดลงร้อยละ 14.68 และร้อยละ 12.32 ต่อปี สำหรับสับปะรดกระป๋อง ปี 2560 – 2564 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกลดลงร้อยละ 13.91 และ ร้อยละ 11.65 ต่อปี ตามลำดับ

ในปี 2565 ผลผลิตสับปะรดของโลกในภาพรวมมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาเล็กน้อย เนื่องจากสภาพอากาศเอื้ออำนวย ภาวะตลาดมีแนวโน้มดีขึ้น จึงให้มีการผลิตเพิ่มขึ้น และปริมาณการส่งออกและนำเข้าผลิตภัณฑ์สับปะรดของโลกในภาพรวมเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา เนื่องจากปริมาณผลผลิตโลกที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งการผ่อนปรนมาตรการป้องกันโรคโควิด 19 ทำให้ความต้องการของโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น แต่ราคาส่งออกสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรดจะมีแนวโน้มลดลงจากปีที่ผ่านมาเล็กน้อย เนื่องจากผลผลิตโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นและตัวแทนการค้า (Broker) จะเสนอซื้อในปริมาณที่เพิ่มขึ้น โดยจะปรับราคาซื้อจากประเทศผู้ผลิตลดลงจากปีที่ผ่านมาเพื่อเป็นการเฉลี่ยต้นทุน

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทยพบว่าเกิดจาก (1) มาตรการป้องกันการระบาดของโรคโควิด 19 ทำให้มีมาตรการปิดประเทศ การปิดด่านศุลกากร การหยุดให้บริการอำนวยความสะดวกทางการค้า ห้ามเคลื่อนย้ายแรงงาน ต้นทุนในระบบโลจิสติกส์ปรับสูงขึ้น ทำให้เศรษฐกิจโลกชะลอตัว เป็นปัจจัยกระทบต่อความต้องการสับปะรดกระป๋อง และน้ำสับปะรดในประเทศและตลาดโลก โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวและร้านอาหาร ปัญหาการขาดแคลนแรงงาน การปรับตัวของราคาเหล็กที่ผลิตบรรจุภัณฑ์ ค่าระวางเรือ ทำให้ต้นทุนการผลิตและค่าขนส่งในภาคอุตสาหกรรมสับปะรดไทยปรับตัวเพิ่มขึ้น กระกระทบต่อความสามารถในการส่งออกของไทย (2) ปริมาณผลผลิตสับปะรดโลกและราคาสินค้าของประเทศผู้ผลิตสำคัญ การเพิ่มขึ้นของปริมาณผลผลิตสับปะรดโลก โดยเฉพาะผู้ผลิตและส่งออกสำคัญ คือฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย ที่มีการผลิตโดยบริษัทขนาดใหญ่ มีเครือข่ายการค้าในหลายประเทศ รวมทั้งการได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรทั่วไป (Generalized system of Preferences: GSP) ทำให้มีต้นทุนการผลิตและต้นทุนการตลาดต่ำ จะสามารถเสนอราคาจำหน่ายสินค้าในตลาดโลกต่ำกว่าสินค้าจากประเทศไทย (3) แนวโน้มการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพ ทำให้ความต้องการสับปะรดสดและน้ำผลไม้แบบคั้นสดในตลาดโลกเพิ่มขึ้น ทำให้ความต้องการผลิตภัณฑ์สับปะรดแปรรูปและน้ำสับปะรดชะลอตัว (4) การประกาศยุติการใช้มาตรการตอบโต้การทุ่มตลาด (Anti-Dumping Duties: AD) ของประเทศออสเตรเลียเป็นปัจจัยบวกต่อการส่งออกสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรดของไทย

อนึ่ง มีข้อสังเกตว่าในช่วงปี 2560-2564 ประเทศไทยมีปริมาณและมูลค่าการส่งออกสับปะรดกระป๋องเป็นอันดับ 1 ของโลก แต่ราคาส่งออกมีอัตราเพิ่ม (ร้อยละ) เป็นอันดับ 4 และน้อยกว่าค่าเฉลี่ยของประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญของโลกดังตารางที่ 1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ราคาส่งออกสับปะรดกระป๋อง ของประเทศผู้ส่งออกที่สำคัญ ปี 2560 – 2564

หน่วย: ดอลลาร์สหรัฐฯ/ตัน

ประเทศ	2560	2561	2562	2563	2564	อัตราเพิ่ม (ร้อยละ)
เนเธอร์แลนด์	1,789	1,674	1,459	2,117	2,070	5.41
เคนย่า	1,208	1,269	1,389	1,515	1,560	7.12
เวียดนาม	1,457	1,768	1,337	1,584	1,470	-0.91
อินโดนีเซีย	1,140	849	863	1,251	1,250	590
ไทย	1,074	839	865	1,188	1,100	4.05
ฟิลิปปินส์	864	790	805	881	890	1.70
เฉลี่ยโลก	1,069	914	927	1,180	1,150	4.10

หมายเหตุ: ประมาณการ ณ พฤศจิกายน 2564

ที่มา: The International Trade Centre (ITC), November 2021

จากตารางนี้ แสดงราคาส่งออกกลับประเทศของประเทศไทยช่วงปี 2560 – 2564 อยู่อันดับที่ 5 และมีอัตราเพิ่มน้อยกว่าค่าเฉลี่ยโลก ในขณะที่ปริมาณการส่งออกในช่วงเดียวกันเป็นอันดับ 1 ของโลก

แนวคิดเกี่ยวกับสภาพของปัญหาปัจจุบันของอุตสาหกรรมสับประดกระป๋องเพื่อการส่งออกของผู้ผลิต

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัญหาและอุปสรรคในการส่งออกสับประดกระป๋องของผู้ประกอบการไทย พบปัญหาหลายด้าน อาทิ 1) ด้านต้นทุนในการผลิตสินค้าต่อหน่วยสูงขึ้น 2) คุณภาพของสับประดที่มีสารไนเตรทสูงกว่าค่าปกติที่จะส่งผลต่อคุณภาพของกระป๋องที่ใช้บรรจุภัณฑ์ 3) นโยบายการสนับสนุนจากทางรัฐบาล 4) การกีดกันทางการค้าระหว่างประเทศ 5) การขนส่งผ่านบริษัทตัวแทน 6) กลยุทธ์การตลาดเน้นการแข่งขันด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ 7) ความหลากหลายและปรับเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ส่งออก 8) กลยุทธ์การเจาะตลาดและการพัฒนาตลาด 9) การสร้างความสัมพันธ์ด้านการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าในประเทศจีนซึ่งเป็นประเทศผู้นำเข้ารายใหญ่ โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการอย่างต่อเนื่อง 10) การทำการค้าอย่างโปร่งใสและเป็นธรรม 11) การสร้างความเชื่อถือในผลิตภัณฑ์จากลูกค้าในต่างประเทศ 12) การพัฒนากลยุทธ์ตลาดส่งออกจากภายในและภายนอกองค์กร 13) การเจาะกลุ่มเป้าหมายทั้งการเปิดตลาดในประเทศจีน 14) การพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐาน 15) การเข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรต่าง ๆ เพื่อสร้างความยอมรับคุณภาพและสร้างภาพลักษณ์ของตนเอง (สินีนางู แสงจันทร์, 2560)

ทั้งนี้ สามารถจำแนกประเภทของปัญหาได้ ดังนี้

1.1 ปัญหาด้านกฎหมาย ระเบียบ นโยบายทั้งต่างประเทศและในประเทศ สรุปได้ ดังนี้

1.1.1 ปัญหาการถูกตัดสิทธิทางด้านภาษีศุลกากร จากสหภาพยุโรป

1.1.2 การถูกเก็บภาษีตอบโต้การทุ่มตลาดจากสหรัฐอเมริกา

1.1.3 ผลกระทบจากมาตรการเพื่อป้องกันการระบาดของโรคโควิด 19 เช่น ล็อกดาวน์การปิดด่านศุลกากร การหยุดให้บริการอำนวยความสะดวกทางการค้า การเคลื่อนย้ายแรงงาน

1.1.4 การผลิตโดยบริษัทขนาดใหญ่ มีต้นทุนการผลิตต่ำ รวมทั้งได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากรทั่วไป (Generalized System of Preferences: GSP) จะเสนอราคาจำหน่ายต่ำกว่าไทย ทำให้ตัวแทนการค้า (Broker) จะปรับการซื้อจากฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย เพิ่มขึ้น

1.1.5 แนวโน้มการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพ ทำให้ตลาดโลกมีความต้องการสับประดสดและน้ำผลไม้แบบคั้นสดเพิ่มขึ้น รวมทั้งราคาผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้ชนิดอื่นมีแนวโน้มลดลง เป็นปัจจัยลบทำให้ความต้องการผลิตภัณฑ์สับประดแปรรูปและน้ำสับประดชะลอตัว

1.1.6 อำนาจการต่อรองของผู้ซื้อสินค้าที่เป็นประเทศคู่ค้าสามารถเลือกซื้อสับประดกระป๋องจากประเทศคู่แข่ง และมีอำนาจต่อรองสูง

1.2 ปัญหาด้านผู้ประกอบการ สรุปได้ ดังนี้

1.2.1 ปัญหาการขาดสภาพคล่องทางการเงินของผู้ประกอบการโรงงานสับประดกระป๋อง

1.2.2 อำนาจการต่อรองของผู้ขายและปัจจัยการผลิต

1.2.3 การกีดกันคู่แข่งรายใหม่

1.2.4 ความไม่สม่ำเสมอของภาวะการณ์การผลิต

1.2.5 ตลาดมีการเปลี่ยนแปลงจึงเกิดผลกระทบอย่างมากต่อผู้ประกอบการ

1.3 ปัญหาด้านการจัดการตลาด

1.3.1 ปัญหาโรงงานขาดความเป็นเอกภาพในการร่วมมือกันวางแผนการผลิต และการตลาด ทำให้การแก่งแย่งแข่งขันกันเองเกิดขึ้น เช่น โรงงานแย่งกันซื้อวัตถุดิบในช่วงที่วัตถุดิบขาดแคลน หรือผลิตสินค้าคุณภาพต่ำเพื่อลดต้นทุน

1.3.2 ปัญหาการขาดการเชื่อมโยงระดับชาติทำให้ขาดแหล่งข้อมูลข่าวสารทั้งการผลิตการตลาด ที่ถูกต้องแม่นยำ เพื่อนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจในการวางแผนและกำหนดนโยบายร่วมกันทั้งภาครัฐ และเอกชน

1.3.3 ราคาส่งออกลดลงร้อยละ 3.77 ต่อปี ในปี 2563 ไทยอยู่ในอันดับ 4 รองจากเนเธอร์แลนด์ แต่ในปี 2564 ไทยตกลงมาอยู่อันดับที่ 5 โดยอินโดนีเซียแซงขึ้นไปอยู่อันดับ 4 แทนไทย จากเดิมที่ อินโดนีเซียเคยอยู่อันดับ 5 ในปี 2563

1.3.4 ปริมาณและมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดมีแนวโน้มลดลงร้อยละ 13.81 และร้อยละ 17.85 ต่อปี จากปริมาณ 0.61 ล้านตัน มูลค่า 30,162 ล้านบาท ในปี 2559 ลดลงเป็นปริมาณ 0.34 ล้านตัน มูลค่า 14,825 ล้านบาท ในปี 2563 และในปี 2564 อัตราเพิ่มปริมาณและมูลค่า (ร้อยละ) อยู่ที่ -13.88 และ -10.35 ตามลำดับ เมื่อวิเคราะห์ในภาพรวมการส่งออกผลิตภัณฑ์สับปะรดมีปริมาณเพิ่มขึ้นแต่มูลค่าลดลง

จากที่กล่าวมาสรุปปัญหาอุตสาหกรรมสับปะรดระบอบการส่งออก ได้ว่า ยังขาดการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ กระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำยังไม่มี ความชัดเจน รวมทั้งการใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน การจัดสรรทรัพยากรด้านการเสริมสภาพคล่องให้ผู้ประกอบการ วิเคราะห์และการประเมินผลเพื่อให้ได้แหล่งข้อมูลข่าวสารทั้งการผลิต การตลาดที่ถูกต้องแม่นยำ เพื่อนำมาใช้ประกอบการตัดสินใจในการวางแผนและกำหนดนโยบายร่วมกันทั้งภาครัฐและเอกชน

ดังนั้น จึงจำเป็นต้องศึกษาแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสับปะรดระบอบการส่งออกของประเทศไทย แม้ว่าประเทศไทยมีแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาสับปะรดที่ชัดเจน แต่ยังปรากฏสภาพปัญหาเกิดขึ้น แม้ปัจจุบันได้กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการผลิต ด้านการแปรรูป ด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการ โดยเฉพาะด้านการตลาดและด้านการบริหารจัดการ แต่ด้านการส่งออกในปัจจุบันยังได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัว จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ประเทศคู่แข่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และวิถีบริโภคยุคใหม่ต้องการบริโภคแบบสดๆมากขึ้น ซึ่งมีข้อแนะนำจากผลของการวิเคราะห์วิจัยอย่างหลากหลายเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านอำนาจการต่อรอง การแข่งขัน ความร่วมมือ ความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างประเทศคู่ค้าในด้านการส่งออก การวางแผนการผลิตและ

การตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการในลักษณะสัญญาทางการค้า contract Farming การเชื่อมโยงกันระหว่างประเทศ การเจรจาการค้าเพื่อรักษาตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ ส่งเสริมการสร้างตราสินค้า สับปะรดไทยให้เป็นที่ยอมรับของตลาด การใช้ตราสินค้าร่วมกับตราสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่แล้วในตลาด (Co – Branding) รวมทั้งการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ ทุกภาคส่วนในห่วงโซ่อุปทานจะต้องมีความจริงใจ ซื่อสัตย์ต่อกัน ให้ข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึงกับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งข้อมูลด้านวิชาการ เทคโนโลยีการผลิต การเพิ่มคุณภาพผลผลิต รวมทั้งข้อมูลด้านการตลาดโดยเฉพาะอย่างยิ่งการตลาดแบบบูรณาการ ที่โลกของการตลาดในปัจจุบันมีดิจิทัลครอบครองพื้นที่ เช่น การตลาดบนเว็บไซต์ การตลาดโซเชียลมีเดีย การตลาดบนโทรศัพท์มือถือ การตลาดผ่านทางอีเมล การตลาดโดยตรง และการตลาดแบบดั้งเดิม ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่ายที่เราจะพัฒนากลยุทธ์การตลาดแบบบูรณาการให้ประสบความสำเร็จ เพราะเป็นการโน้มน้าวที่ส่งผลกระทบโดยตรงไปยังกลุ่มเป้าหมาย ที่นักการตลาดต้องวิเคราะห์ข้อมูลอย่างถูกต้องเพื่อนำมาวางแผนให้บรรลุเป้าหมาย (ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ, 2561; Schultz (1993 อ้างอิงใน Lucia Porcu, Salvador Del Barrio Garcia and Philip J. Kitchen, 2012)

แนวคิดเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องเพื่อการส่งออกของประเทศไทย

แนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องเพื่อการส่งออกของประเทศไทยจากสถานการณ์ที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ ดังนี้

1. การพัฒนาด้านการตลาด จะต้องส่งเสริมการเจรจาการค้าเพื่อรักษาตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ รมรณรงค์ส่งเสริมการบริโภคสับปะรดและผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ ส่งเสริมการสร้างตราสินค้า สับปะรดไทยให้เป็นที่ยอมรับของตลาด รวมทั้งมีการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการส่งออกสับปะรดกระป๋องของไทย

2. ทั้งนี้ จากการศึกษาของสถาบันวิจัยพืชสวน พบข้อมูลที่สำคัญ คือ การจัดการตลาดทั้งส่วนต้นน้ำ คือ เกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด ส่วนกลางน้ำ ได้แก่ อุตสาหกรรมแปรรูปและผู้ประกอบการ และส่วนปลายน้ำ ได้แก่ ตลาดส่งออกและตลาดภายในประเทศ ซึ่งต้องมีการจัดการคุณภาพในโซ่อุปทานของสับปะรดโรงงานทั้งระบบ โดยการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน การศึกษาวิจัยพัฒนา การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ การพัฒนาคุณภาพ การเพิ่มมูลค่า การลดต้นทุนการผลิต การอำนวยความสะดวกในขั้นตอนการส่งออก การส่งเสริมด้านการตลาด การรวมกลุ่มและความเข้มแข็งของกลุ่ม มีการวางแผนการผลิต การทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า ความจริงใจและความซื่อสัตย์ เพื่อให้สามารถบริหารการผลิตและการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึงกับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งข้อมูลด้านวิชาการ เทคโนโลยีการผลิต การเพิ่มคุณภาพผลผลิต และการตลาด (ทวีศักดิ์ แสงอุดม, 2560)

3. จากที่กล่าวมา สามารถสรุปแนวทางการพัฒนาการจัดการตลาดของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องเพื่อการส่งออกของไทย ได้ดังนี้

3.1 ด้านการวางแผน กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการผลิต ด้านการแปรรูป ด้านการตลาด และด้านการบริหารจัดการ

3.2 ด้านกลยุทธ์ทางธุรกิจการวางแผนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างอำนาจการต่อรองและการแข่งขัน การสร้างความร่วมมือและความสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างประเทศคู่ค้าในด้านการส่งออก กลยุทธ์การครองใจลูกค้า การให้ข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึงกับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งข้อมูลด้านวิชาการ เทคโนโลยีการผลิต การเพิ่มคุณภาพผลผลิตและการตลาด สัญญาทางการค้า ในรูปแบบ contract Farming การเชื่อมโยงกันระหว่างประเทศ การเจรจาการค้าเพื่อรักษาตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ ส่งเสริมการสร้างตราสินค้าสับปะรดไทยให้เป็นที่ยอมรับของตลาด การใช้ตราสินค้าร่วมกับตราสินค้าที่มีจำหน่ายอยู่แล้วในตลาด (Co – Branding)

3.3 ด้านกระบวนการ มีการสื่อสารการพัฒนาและสร้างการมีส่วนร่วม การรวมกลุ่มวางแผนการดำเนินงานร่วมกันตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ กล่าวคือ (1) กระบวนการต้นน้ำ ได้แก่ การวางแผนการผลิต การสนับสนุนและพัฒนาเกษตรกรผู้ปลูกสับปะรด การพัฒนาพันธุ์สับปะรด (2) กระบวนการกลางน้ำ ได้แก่ การพัฒนาโรงงานและการแปรรูปให้ได้คุณภาพมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ การพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ การพัฒนาคุณภาพ การเพิ่มมูลค่า การลดต้นทุนการผลิต และ (3) กระบวนการปลายน้ำ ได้แก่ ตลาดส่งออกและตลาดภายในประเทศ ซึ่งต้องมีการจัดการคุณภาพในโซ่อุปทานของสับปะรดโรงงานทั้งระบบ

3.4 ด้านการใช้เทคโนโลยีในการจัดการตลาดดิจิทัล เช่น การตลาดบนเว็บไซต์ การตลาดโซเชียลมีเดีย การตลาดบนโทรศัพท์มือถือ การตลาดผ่านทางอีเมล การตลาดโดยตรงที่เจาะกลุ่มเป้าหมาย การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารภายในประเทศ และประสานสัมพันธ์ภาพระหว่างประเทศคู่ค้า

3.5 ด้านการจัดสรรทรัพยากร ได้แก่ การพัฒนาผู้ประกอบการวิจัยและพัฒนา

3.6 ด้านการประเมินผลเป็นการประเมินผลทั้งกระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำเพื่อการวางแผนและพัฒนาอย่างครบวงจร

4. การจัดการคุณภาพในโซ่อุปทานของสับปะรดโรงงาน ซึ่งจะต้องมีการบริหารจัดการทั้งระบบโดยมีรูปแบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายต้องร่วมมือกันอย่างจริงจัง ทั้งเกษตรกรผู้ผลิต ผู้รวบรวม โรงงานแปรรูป ภาครัฐให้การสนับสนุนการศึกษาวิจัยพัฒนาทั้งด้านพันธุ์ การพัฒนาเทคโนโลยี การผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ การพัฒนาคุณภาพสินค้า การเพิ่มมูลค่าสินค้า การลดต้นทุนการผลิต การจัดหาแหล่งน้ำ การอำนวยความสะดวกในขั้นตอนการส่งออก การส่งเสริมด้านการตลาด รวมทั้งการสนับสนุนและส่งเสริมให้เกษตรกรมีการรวมกลุ่ม สร้างความเข้มแข็งของกลุ่ม มีการวางแผนการผลิต การสนับสนุนให้มีการทำสัญญาซื้อขายล่วงหน้า นอกจากนี้ ทุกภาคส่วนในห่วงโซ่การผลิตจะต้องมีความจริงใจและความซื่อสัตย์ต่อกัน เพื่อให้สามารถบริหารการผลิตและการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งมีการให้ข้อมูลข่าวสารอย่างทั่วถึงกับผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งข้อมูลด้านวิชาการ เทคโนโลยีการผลิต การเพิ่มคุณภาพผลผลิต รวมทั้งข้อมูลด้านการตลาด จากปัจจัยหลักและปัจจัย

สนับสนุนของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในโซ่อุปทานของการจัดการสับปะรดโรงงานคุณภาพ ทุกฝ่ายต้องสนับสนุน และช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อให้ประสบความสำเร็จ นอกจากนี้ทุกภาคส่วนในโซ่อุปทานดังกล่าว จะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร แลกเปลี่ยนความรู้ เทคโนโลยี มีความเชื่อใจและซื่อสัตย์ต่อกันทั้งผู้ผลิต โรงงาน ผู้ประกอบการ และตลาดส่งออก ต้องมีมิตรสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน เพื่อให้การดำเนินการสำเร็จด้วยดี (คณะทำงานจัดทำแผนพัฒนาการเกษตรรายสินค้าสับปะรด จังหวัดเพชรบุรี ประจำปี พ.ศ. 2561., 2560)

แนวคิดเกี่ยวกับทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องเพื่อการส่งออกของประเทศไทย

จากข้อมูลทีกล่าวนมา จะเห็นได้ว่าข้อเสนอแนะทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องเพื่อการส่งออกของประเทศไทยในปัจจุบัน ควรเป็นดังนี้

3.1 ภาครัฐให้การสนับสนุนการศึกษาวิจัยและพัฒนาทั้งด้านพันธุ์ เทคโนโลยีการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์และคุณภาพสินค้า ความต้องการของตลาดในประเทศและต่างประเทศ

3.2 ภาครัฐและองค์กรเกษตรกรรมร่วมมือกันในการพัฒนาสายพันธุ์ใหม่ เพื่อให้ได้คุณภาพทัดเทียมกับสินค้าจากประเทศคู่แข่ง และลดการสูญเสียในกระบวนการผลิต โดยภาครัฐให้การสนับสนุนด้านงบประมาณอย่างเพียงพอ

3.3 ภาครัฐอำนวยความสะดวกในขั้นตอนการส่งออก และการส่งเสริมการตลาดแบบบูรณาการ

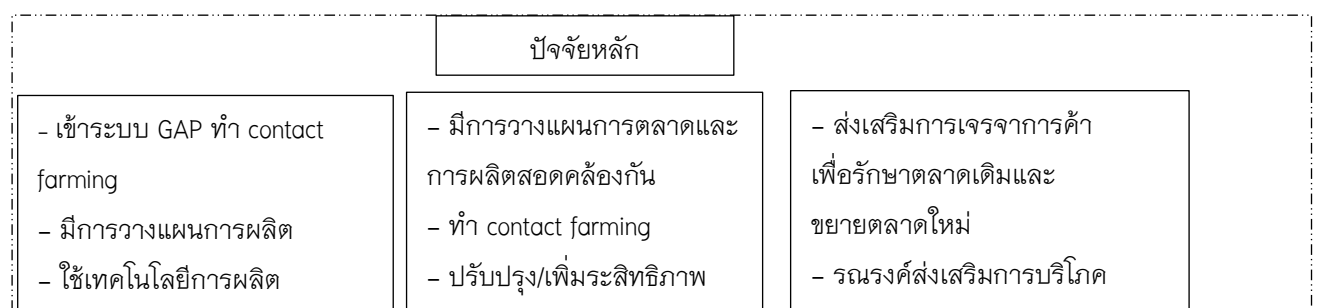
3.4 ภาครัฐสนับสนุนการจัดทำข้อมูลสารสนเทศอุตสาหกรรมสับปะรดเพื่อเป็นข้อมูลที่ใช้ในการบริหารจัดการทั้งระบบ

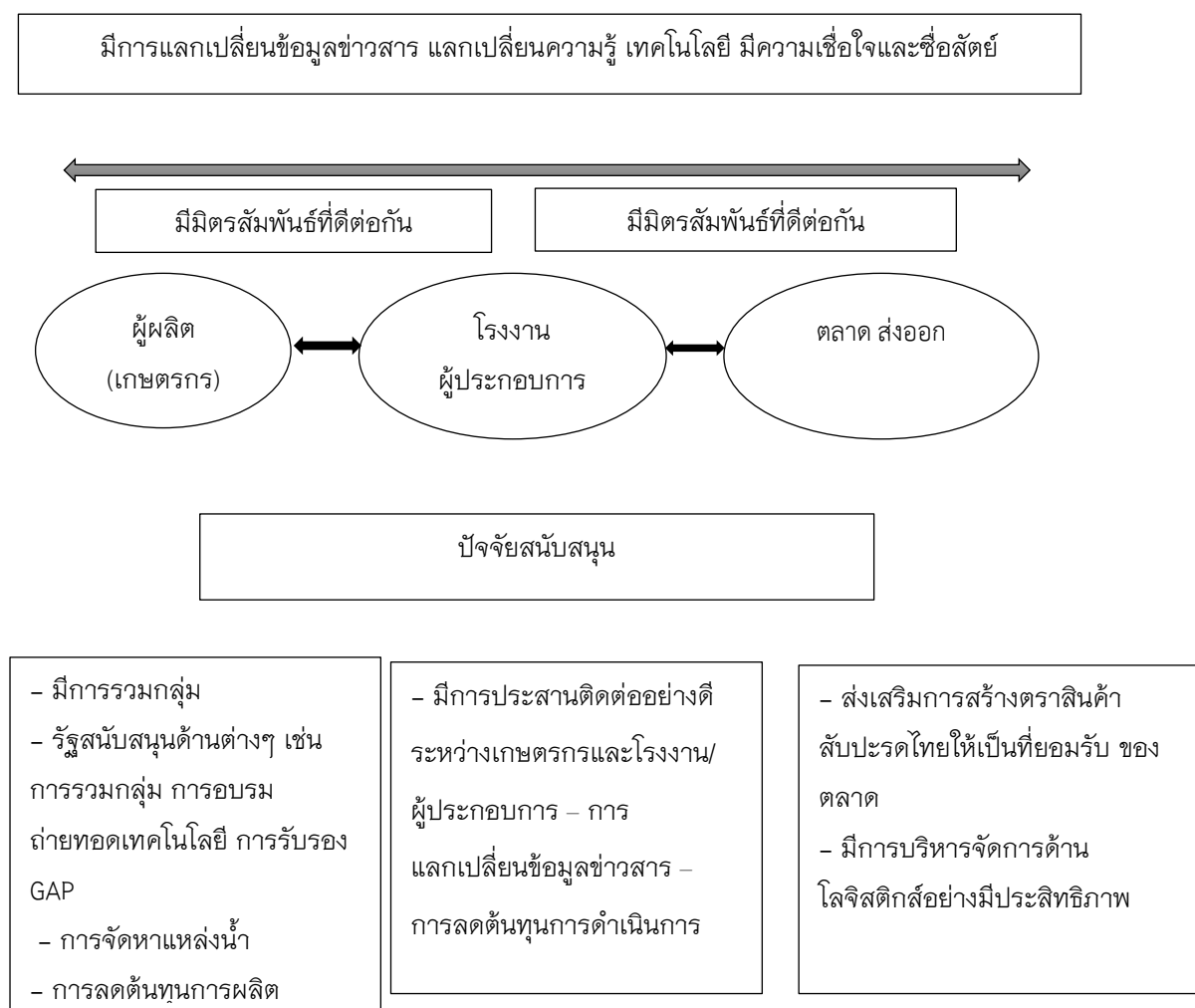
3.5 ภาครัฐวางแผนและอำนวยความสะดวกเรื่องระบบการขนส่งตลอดห่วงโซ่อุปทาน

3.6 กลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 และ 2 ที่มีพื้นที่ปลูกสับปะรดจำนวนมาก กำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาผู้ประกอบการโรงงานสับปะรดกระป๋องเพื่อการส่งออกร่วมกัน สนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มและพัฒนาให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน

3.7 กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศกระทรวงพาณิชย์ เร่งดำเนินการเจรจาการค้าเพื่อขยายตลาดใหม่ การเจรจาจัดทำความตกลงการค้าเสรี และการส่งเสริมการตลาดสับปะรดในตลาดต่างประเทศ เพื่อเพิ่มช่องทางการส่งออกสับปะรดกระป๋องและผลิตภัณฑ์ของไทย

ทั้งนี้ สถาบันวิจัยพืชสวน (2560) ได้สรุปโซ่อุปทานการจัดการสับปะรดโรงงานคุณภาพ ดังภาพที่ 1 ต่อไปนี้





ภาพที่ 1 รูปแบบการจัดการคุณภาพในโซ่อุปทานการผลิตสับปะรดโรงงาน

ที่มา : สถาบันวิจัยพืชสวน (2560)

สรุป

สับปะรดเป็นผลไม้เศรษฐกิจที่สร้างรายได้ให้กับเกษตรกรและประเทศไทยมาตลอด ที่สำคัญ สับปะรดกระป๋องถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ส่งออกมากกว่า 60% ของมูลค่าส่งออกสับปะรดและผลิตภัณฑ์ สับปะรดทั้งหมด ส่งผลให้ไทยเป็นผู้ผลิตสับปะรดกระป๋องรายใหญ่ของโลกมาโดยตลอด โดยมีคู่แข่งสำคัญ คือ ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย ตลาดส่งออกสับปะรดกระป๋องที่สำคัญของไทยในปัจจุบันคือ สหรัฐอเมริกา สเปน แคนาดา และญี่ปุ่น สถานการณ์ของกระบวนการจัดการสับปะรดกระป๋องเพื่อการส่งออกของ ประเทศไทย คือ อัตราเพิ่มปริมาณและมูลค่าและราคาส่งออกลดลงแม้ว่าจะมีปริมาณการส่งออกครอง อันดับ 1 ของประเทศส่งออกสับปะรดกระป๋องสำคัญของโลก ทั้งนี้สืบเนื่องจากสาเหตุปัญหาหลายด้าน อาทิ ด้านกฎหมาย ระเบียบ นโยบายทั้งต่างประเทศและในประเทศ ด้านผู้ประกอบการ และด้านการ จัดการตลาด ซึ่งสามารถใช้แนวทางการพัฒนาการจัดการตลาดแบบบูรณาการเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว ในด้านการวางแผน กลยุทธ์ทางธุรกิจ กระบวนการ เทคโนโลยี การจัดสรรทรัพยากร และการประเมินผล ซึ่งมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการจัดการการตลาดของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องเพื่อการส่งออกของ ไทย คือ ให้ภาครัฐสนับสนุนด้านวิชาการ งบประมาณในการวิจัยและพัฒนาตลอดห่วงโซ่อุปทานหรือทั้ง กระบวนการต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ ให้กลุ่มจังหวัดจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาร่วมกัน องค์กร เกษตรกรและผู้ประกอบการต้องได้รับการพัฒนาด้านการจัดการตลาดทั้งด้านการวางแผน กลยุทธ์ทาง ธุรกิจ กระบวนการ เทคโนโลยี การจัดสรรทรัพยากร และการประเมินผล

เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มสารสนเทศการเกษตร สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดราชบุรี. (2564). *ข้อมูลเพื่อการวางแผน พัฒนาการเกษตรรายสินค้าของจังหวัดราชบุรี*. สืบค้นเมื่อ 23 พฤศจิกายน 2564, จาก <https://www.opsmoac.go.th/ratchaburi-dwl-files-431591791177>
- ชาญยุทธ กาฬกาญจน์. (2561). *การพัฒนากลไกและกระบวนการเพื่อสนับสนุนการวางแผนจัดทำ งบประมาณด้านทรัพยากรน้ำและเกษตรโดยใช้ระบบสารสนเทศในการเชื่อมโยงข้อมูลและ สนับสนุนจังหวัดระยอง “สับปะรดและผลิตภัณฑ์ส่งออก”*. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริม วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สทศว.).
- ทวีศักดิ์ แสงอุดม. (2560). *การจัดการการผลิตสับปะรดคุณภาพ*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยพืชสวนกรม วิชาการเกษตร.
- ประเสริฐศักดิ์ แสงสัทธา. (2561). *ยุทธศาสตร์สับปะรดปี 2560–2569*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจ การเกษตร.
- วรวิมล สมหวังประเสริฐ. (2550). *การพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของสับปะรดไทยสู่ ตลาดโลก*. ผลงานวิชาการ (ว.) กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์.

- ศิริลักษณ์ ศรีมณี และกนกพร ชัยประสิทธิ์. (2561). ความสัมพันธ์ของปัจจัยภายในและภายนอกที่มีต่อการส่งออกสับปะรดกระป๋องไปยังสหรัฐอเมริกา. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 8(2), 323.
- สถาบันอาหาร.(2564). *ศูนย์อัจฉริยะเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร*. สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2564, จาก http://fic.nfi.or.th/foodsectordatabank-all2_detail.php?cat=12&type=2
- สินีนางู แสงจันทร์. (2560). *การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการส่งออกสับปะรดกระป๋องไทย* (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร. (2564). *สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม ปี 2565*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.
- Gartner Glossary. (2021). *Integrated Marketing Management*. Retrieved June 1, 2022, from <https://www.gartner.com/en/information-technology/glossary/integrated-marketing-management>
- The International Trade Centre (ITC). (2021). *Inputs into the 2021 High-Level Political*. Retrieved June 2, 2022, from <https://intracen.org/>
- Schultz, D.E. (1993). Integrated Marketing Communication: Maybe Definition is in the Point of View. *Marketing News*, (18),313–348.

การพัฒนาารูปแบบการจัดการขยะพลาสติกในจังหวัดสมุทรปราการ
ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

The Development of Plastic Waste Management Model in Samut Prakan Province
Based of The Circular Economy

สายัน เปื่อยา¹, สมพร เฟื่องจันทร์², เพ็ญศรี ฉิรินัง³ และอุดมวิทย์ ไชยสกุลเกียรติ⁴

Sayan Pueaya¹, Somporn Fuangchan², Pensri Chirinang³ and Udomvit chaisakulkiat⁴

นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์¹
อาจารย์ที่ปรึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์^{2,3,4}
E-mail: sayan03@icloud.com¹; somporn.fua@rmutr.ac.th²; pensri.chi@rmutr.ac.th³; Kudomvit@hotmail.com⁴

Retrieved September 2, 2022; Revised December 26, 2022; Accepted December 30, 2022

DOI: 10.14456/jappm.2022.29

บทคัดย่อ

การพัฒนาารูปแบบการจัดการขยะพลาสติกมีความสำคัญที่ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับการเจริญเติบโตของประเทศจากปัญหาวิกฤตขยะล้นเมือง ล้นจังหวัด ล้นประเทศที่ต้องมีการบริหารเพื่อการพัฒนาการจัดการขยะโดยเร่งด่วน โดยนำหลักแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมาเป็นกรอบกำเนินทิศทางการพัฒนาเข้าสู่แผนการบริโภคที่ยั่งยืนตามยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580 ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ1)วิเคราะห์สถานการณ์สภาพปัญหา ผลกระทบ การจัดการขยะพลาสติกของจังหวัดสมุทรปราการ 2) เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการขยะและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการขยะพลาสติกของกรณีศึกษาหน่วยงานที่ประสบผลสำเร็จ 3) เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการขยะพลาสติกของจังหวัดสมุทรปราการตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก1) กลุ่มผู้ประกอบการเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการก่อเกิดขยะพลาสติก จำนวน 7บริษัท2)หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาารูปแบบการจัดการขยะพลาสติก ในจังหวัดสมุทรปราการจำนวน 6 ท่าน3) ตัวแทนจากกลุ่มกรณีศึกษาหน่วยงานที่ประสบผลสำเร็จในการพัฒนาารูปแบบจัดการขยะจำนวน 6 ท่าน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview)

ผลการวิจัยพบว่าปริมาณขยะพลาสติกที่เกิดขึ้นของจังหวัดเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่องมาจากความเจริญเติบโตของภาคอุตสาหกรรมการผลิตและสถานการณ์เชื้อโรคไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้การใช้พลาสติกแล้วทิ้งเพิ่มมากขึ้น ทำให้จังหวัดสมุทรปราการเป็นจังหวัดที่มีปริมาณขยะทั่วไปรวมทั้งขยะพลาสติกไหลลงสู่ทะเลมากที่สุด ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศของสิ่งมีชีวิตทางทะเลและทำให้ต้องนำไป

กำจัดด้วยกระบวนการที่ยังไม่ถูกวิธีคือการเผาและฝังกลบก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมาจึงนำไปสู่การทำวิจัยการพัฒนารูปแบบการจัดการขยะพลาสติกของจังหวัดสมุทรปราการตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อสร้างรูปแบบการจัดการขยะพลาสติกในจังหวัดสมุทรปราการที่มีประสิทธิภาพเป็นวงจรไม่รู้จบที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

คำสำคัญ: การจัดการขยะพลาสติก; หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

Abstract

The development of plastic waste management model is important. It must develop in parallel with the growth of the country which is from the problem of the garbage crisis overflowing the city , the province and the country. There is requiring management for the development of waste management urgently by applying the concept of circular economy as a framework of development into sustainable consumption plans according to the National Strategy 2018–2037. It is about sustainability of national biodiversity, environmental quality and natural resources. This research aims 1) To analyze situation problem condition impact of plastic waste and management. 2) To study the model and the factors of successful agency including the plastic waste management. 3) To create a model of plastic waste management according to the circular economy principle. This is a quality research and the key informant (1) Private entrepreneurs involved of plastic waste and involved with the development of plastic waste management model in Samut Prakan Province for 7 companies. (2) the government agency which is involved for 6 persons. (3) the representatives from a case study of the successful unit in plastic waste for 6 persons. The instrument to collect data are in-depth interview.

The result found that the amount of the garbage in province. There is the trend continues to increase from the growth of industrial sector manufacturing and the situation of virus corona 2019. So there will be more the usage of the once plastic and leave it. So that province takes the most of garbage to the sea. It affects to ecosystems and marine life. The plastic waste management will be eliminated by a process that has not been used properly which are incineration and landfill. It makes many problems. Thus leading to the research of the development of plastic waste management model in Samut Prakan Province based of the circular economy The efficiency management is an endless cycle that through environmentally friendly.

Keywords: Plastic Waste Management; Circular Economy Principle

บทนำ

วิวัฒนาการและความสะดวกสบายของสังคมโลกยุคโลกาภิวัตน์ของมนุษย์สร้างปัญหาวิกฤตขยะพลาสติกอันโลกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้คนทั่วโลกหรือคนในจังหวัดสมุทรปราการกำลังเผชิญหน้ากับผลของการใช้พลาสติกอย่างไม่มีการบริหารในการใช้ที่มีประสิทธิภาพมาก่อนการพัฒนา รูปแบบการจัดการขยะพลาสติกจึงมีความสำคัญอย่างมากในสังคมยุคนี้เพราะความต้องการใช้พลาสติกมีความจำเป็นต่อมนุษย์มากขึ้นเรื่อยๆ จากข้อมูลภาพรวมองค์การการกุศลในออสเตรเลียคาดการณ์ว่าบริษัท 20 แห่ง เป็นบริษัทยักษ์ใหญ่ซึ่งส่วนใหญ่ที่มาของขยะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้งเป็นของบริษัทยักษ์ใหญ่ด้านพลังงานและเคมีภัณฑ์มากถึง ร้อยละ 50 หรือครึ่งหนึ่งของโลกและมีแนวโน้มจะเติบโต ร้อยละ 30 ในอีก 5 ปีข้างหน้าจะกระตุ้นให้เกิดภาวะโลกร้อนมลพิษต่าง ๆ รวมทั้งมลพิษทางทะเลและยังมีการคำนวณว่าในปี พ.ศ. 2562 มีการทิ้งพลาสติกใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้งจำนวน 103 ล้านเมตริกตัน ทั่วโลก โดยร้อยละ 30 ถูกเผาร้อยละ 31 ถูกฝังในหลุมฝังกลบที่มีการจัดการและร้อยละ 19 ที่บนบกหรือในมหาสมุทรกว่า 50 ประเทศทั่วโลกได้ลงนามร่วมแคมเปญ UN Environment Clean Sea ของสหประชาชาติเพื่อทำความสะอาดมหาสมุทรซึ่งเป็นการร่วมมือระดับโลกที่ใหญ่ที่สุดเพื่อรับมือปัญหาขยะล้นโลก ล้นทะเล ล้นโรงงานอุตสาหกรรม เช่น Nestle, Pepsi Co, Procter & Gamble, McDonald's, Volvo, Da none เจ้าของน้ำดื่ม Evian, Coca-Cola, Pepsi, Dell, Terra Cycle, IKEA และ Unilever เริ่มสร้างแผนยกเลิกการใช้พลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้งหันมาผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ทำมาจากพลาสติกรีไซเคิลและผลิตบรรจุภัณฑ์ที่รีไซเคิลได้ 100% หรือย่อยสลายเองได้ตามธรรมชาติ ผลิตขวดแชมพูรีไซเคิลจากพลาสติกที่รีไซเคิลจากขยะพลาสติกชายทะเล 25% และ 25% ของพลาสติกที่ใช้ในการผลิตรถใหม่จะมาจากวัสดุรีไซเคิลเพื่อพัฒนาระบบการจัดการพลาสติกที่ครบวงจรตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนส่งเสริมการใช้ทรัพยากรพลาสติกอย่างมีคุณค่าสูงสุดหรือทรัพยากรหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจได้นานที่สุดลดปริมาณของเสียออกสู่ธรรมชาติให้มากที่สุดอย่างมีประสิทธิภาพมีการกดดันจากผู้บริโภค องค์กร มูลนิธิต่าง ๆ และกลุ่มนักลงทุน 25 คน ที่ถือหุ้นรวมกันกว่า 1 ล้านล้านดอลลาร์ ได้เรียกร้องให้บริษัทยักษ์ใหญ่ที่สร้างปัญหาขยะพลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้งให้มีการจัดการขยะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้งให้ครบวงจรและให้บริษัทเหล่านี้เปิดเผยข้อมูลปริมาณการใช้บรรจุภัณฑ์พลาสติกในแต่ละปีตั้งเป้าที่จะต้องลด สนับสนุนการรีไซเคิลและการเปลี่ยนมาใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้และย่อยสลายได้ตามธรรมชาติให้มากที่สุด (ENERGY TIME ONLINE, 2563)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ สภาพปัญหา ประสิทธิภาพของการจัดการและผลกระทบจากขยะพลาสติกในจังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการขยะและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการขยะพลาสติกของกรณีศึกษาหน่วยงานที่ประสบผลสำเร็จ

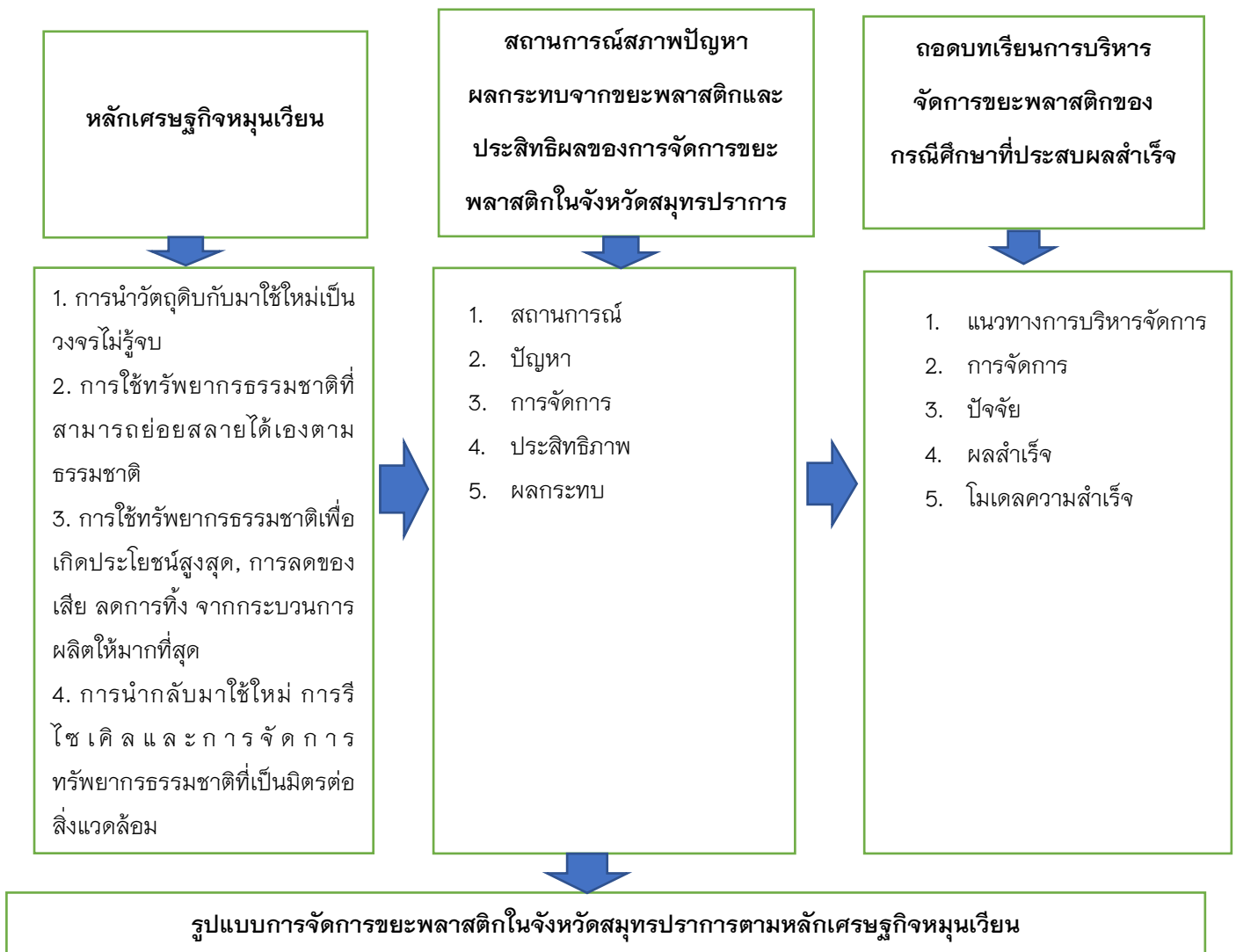
3. เพื่อสร้างรูปแบบการจัดการขยะพลาสติกของจังหวัดสมุทรปราการตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบการจัดการขยะพลาสติกในจังหวัดสมุทรปราการตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนมีวัตถุประสงค์ มุ่งศึกษาสถานการณ์ สภาพปัญหา ประสิทธิภาพของการจัดการและผลกระทบจากขยะพลาสติกในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการขยะ และปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการขยะพลาสติกของกรณีศึกษาหน่วยงานที่ประสบผลสำเร็จเพื่อนำมาสร้างรูปแบบการจัดการขยะพลาสติกของจังหวัดสมุทรปราการตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนโดยกำหนดวิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology Research)

ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้วิจัยเลือกพื้นที่ศึกษาวิจัย พื้นที่จังหวัดสมุทรปราการดังนี้ ธนาคารขยะออมทรัพย์องค์การบริหารส่วนตำบลศรีะจรเข้่น้อย และการเก็บรวบรวมข้อมูลกรณีศึกษาของการจัดการขยะพลาสติกที่ประสบผลสำเร็จในพื้นที่ จังหวัดระยองดังนี้ ระยองโมเดล/ โครงการ PPP PLASTIC และเทศบาลเมืองแกลง

กรอบแนวคิดการวิจัย



แนวคิดระบบการจัดการขยะเพื่อผลิตเป็นพลังงาน

จังหวัดสมุทรปราการโดยเทศบาลนครสมุทรปราการมีรูปแบบการจัดการขยะโดยระบบจัดการขยะเพื่อผลิตเป็นพลังงานเชื้อเพลิงขยะ RDF (Refuse Derived Fuel) ดำเนินการ บนเนื้อที่ทั้งหมด 16 ไร่ บริเวณซอยเจ๊กบั้ง ถนนท้ายบ้าน ได้รับการ สนับสนุนงบประมาณจำนวน 315.6 ล้านบาท จากสำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (สผ.) กระทรวง ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กระบวนการในการจัดการขยะมูลฝอย เริ่มด้วยระบบการคัดแยก ขยะมูลฝอย เพื่อคัดแยกขยะอินทรีย์ ขยะพลาสติก ขยะรีไซเคิลได้ ขยะรีไซเคิลไม่ได้ และคัดแยกขยะอินทรีย์ เพื่อเข้าสู่กระบวนการหมักปุ๋ยโดยใช้รถกลับกอง ส่วนขยะพลาสติกที่รีไซเคิลไม่ได้คัดแยกเพื่อเข้าสู่กระบวนการ ผลิตเชื้อเพลิงขยะ RDFอัดก้อนรอจำหน่าย ในส่วนขยะรีไซเคิลได้คัดแยกประเภทเพื่อเก็บรวบรวมรอจำหน่าย ส่วนขยะที่ไม่สามารถใช้ประโยชน์ได้นำไปฝังกลบอย่างถูกหลักสุขาภิบาล ระบบการจัดการขยะเพื่อผลิตเป็นเชื้อเพลิงขยะ RDF สามารถรองรับ ขยะได้ จำนวน 160 ตันต่อวัน และปัจจุบันอยู่ระหว่างการทดสอบระบบ เป็นระยะเวลา 60 วัน ซึ่งสามารถนำขยะกลับมาใช้ประโยชน์ได้มากที่สุด บรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการฯ เกิดผลพลอยได้และลดภาระค่าใช้จ่าย ในการฝังกลบขยะมูลฝอย (นิตยสารจับกระแสปากน้ำ, 2564)



ภาพที่ 1 ภาพกระบวนการผลิตพลังงานเชื้อเพลิงขยะ RDF

ที่มา: เทศบาลนครสมุทรปราการ นิตยสารจับกระแสปากน้ำ (2564).

แนวคิดการบริหารจัดการขยะของประเทศไทย(Roadmap) พ.ศ. 2561–2573

Roadmap การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ.2561 – 2573 (Thailand's Roadmap on Plastic Waste Management 2018 – 2030)

วิสัยทัศน์ : ก้าวสู่การจัดการพลาสติกที่ยั่งยืน ด้วยเศรษฐกิจหมุนเวียน (Moving Towards Sustainable Plastic Economy)

วัตถุประสงค์

เพื่อใช้เป็นกรอบและทิศทางการดำเนินการป้องกันและแก้ไขปัญหาการจัดการขยะพลาสติกของประเทศ โดยความร่วมมือของทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ เอกชน ประชาชน

เป้าหมาย

Roadmap การจัดการขยะพลาสติก พ.ศ.2561–2573 ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเฉพาะเป้าหมายที่ 19 อนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากมหาสมุทร ทางทะเลอย่างยั่งยืนเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Conserve and sustainably use the oceans, seas and marine resources) ประกอบด้วย 2 เป้าหมาย

เป้าหมายที่ 1 การลดและเลิกใช้พลาสติก เป้าหมายในการใช้วัสดุทดแทนที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนี้

- เลิกใช้ภายในปี 2562 จำนวน 3 ชนิด ได้แก่ 1) พลาสติกหุ้มฝาขวดน้ำดื่ม (Cap seal) 2) ผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ผสมสารอ็อกโซ (Oxo) และ 3) เม็ดพลาสติกขนาดเล็ก ไมโครบีด (Microbead)
- เลิกใช้ภายในปี 2565 จำนวน 4 ชนิด ได้แก่ 1) ถุงพลาสติกหูหิ้วขนาดความหนา น้อยกว่า 36 ไมครอน 2) กล่องโฟมบรรจุอาหาร 3) แก้วพลาสติก (แบบบางใช้ครั้งเดียว) และ 4) หลอดพลาสติก

เป้าหมายที่ 2 การนำขยะพลาสติกเป้าหมายกลับมาใช้ประโยชน์ ร้อยละ 100 ภายในปี 2570 โดยจะมีการศึกษาและกำหนดเป้าหมายขยะพลาสติกที่นำกลับมาใช้และส่วนที่เป็นของเสียก็จะถูกนำไปกำจัดให้ถูกวิธี ได้แก่ การจัดการขยะพลาสติกด้วยการเผาเป็นพลังงาน (กรมควบคุมมลพิษ, 2562)



ภาพที่ 2 ภาพพลาสติกเป้าหมายในการเลิกใช้พลาสติก

ที่มา: กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (2562)

แนวทางการบริหารจัดการขยะพลาสติกในประเทศไทย ของกรณีศึกษาหน่วยงานที่ประสบผลสำเร็จ

การบริหารจัดการขยะพลาสติกของระยองโมเดล

เริ่มโครงการจัดการขยะพลาสติกภายใต้ระยองโมเดลเมื่อเดือนมิถุนายน 2561 มีผู้เข้าร่วมโครงการ ได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) ระยอง และเทศบาลจำนวน 18 แห่ง (275 ชุมชน) จากจำนวนเทศบาลทั้งหมด 67 แห่งในจังหวัดระยอง โดยภาคเอกชนได้เข้าไปรณรงค์ให้ความรู้ให้กับ

ครัวเรือนในการคัดแยกขยะพลาสติกที่สะอาด เพื่อส่งต่อไปยังชุมชนและเทศบาลนำไปจัดการอย่างถูกต้อง ไปจนถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มตลอด Value Chain นอกจากนี้ ทางเทศบาลยังได้กำหนดดัชนีชี้วัดความสำเร็จ (KPI) ภายใต้แผนแม่บท 1 เทศบาล 1 ชุมชนต้นแบบ เพื่อสร้างชุมชนต้นแบบที่มีความสามารถในการคัดแยกขยะจนเกิดเป็นรายได้ ซึ่งขณะนี้ มีจำนวน 27 ชุมชนต้นแบบในจังหวัดระยอง เพื่อเกิดเป็นต้นแบบที่ขยายวงกว้างมากขึ้น รวมทั้งยังขับเคลื่อนอีกหลายโครงการ เช่น อำเภอสะอาด ตำบลสะอาด โรงเรียนสะอาด เป็นต้น ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการขยะที่สูงถึงปีละ 328 ล้านบาท ช่วยลดภาระงบประมาณของภาครัฐลงอีกทางเป้าหมายของโครงการคือภายใน 5 ปี (2561–2565) ทุกเทศบาลของจังหวัดระยองจะเข้าร่วมโครงการทั้งหมด ทำให้ขยะพลาสติกเข้าสู่ระบบรีไซเคิลให้มากที่สุด และเข้าสู่ระบบการจัดการขยะโดยโรงไฟฟ้าพลังงานขยะที่จะเกิดขึ้นในช่วงปลายปี 2563 ทำให้ภายในปี 2565 จ.ระยอง จะไม่มีขยะพลาสติกไปที่หลุมฝังกลบ ทั้งนี้ ปัจจุบัน จังหวัดระยองผลิตขยะปริมาณเกือบ 30,000 ตันต่อเดือน ส่วนใหญ่กว่า 50% เป็นขยะอินทรีย์ และอีก 30% หรือประมาณ 9,000 ตัน เป็นขยะพลาสติก ในจำนวนนี้เป็นขยะพลาสติกสะอาดเฉพาะใน 18 เทศบาล และ 1 อบจ. เพียง 40–45 ตันต่อเดือนเท่านั้น ซึ่งจะต้องถูกกำจัดอย่างถูกวิธีทั้งหมด

นอกจากนี้ ยังมีเป้าหมายนำขยะพลาสติกไปรีไซเคิลให้ได้ไม่ต่ำกว่า 10% ของปริมาณขยะพลาสติกทั้งหมดที่มีอยู่ 9,000 ตันต่อเดือน หรือคัดแยกพลาสติกมารีไซเคิลได้ไม่ต่ำกว่า 900 ตันต่อเดือน ช่วยลดต้นทุนในการกำจัดขยะและสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยหากคำนวณจากราคารับซื้อขยะพลาสติกเฉลี่ยที่ 10 บาท จะทำให้ชุมชนมีรายได้ประมาณ 9 ล้านบาทต่อเดือน ซึ่งตัวอย่างที่เห็นชัดเจน คือชุมชนเอื้ออาทรวังหัวที่มีประชากรกว่า 500 หลังคาเรือน แต่มีระบบการจัดการขยะในชุมชนที่มีประสิทธิภาพสามารถสร้างรายได้กว่า 10,000 บาทต่อเดือน ที่นำกลับมาสร้างประโยชน์ให้กับคนในชุมชน เช่น โครงการ WIFI ฟรี การให้เงินทุนการศึกษา เป็นต้น



ภาพที่ 3 ภาพโครงสร้างเป้าหมายการดำเนินงานระยะโมเดล

ที่มา: PTTGC กราฟฟิคกรุงเทพธุรกิจ

แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (The circular economy)

เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เป็นแนวคิดการทำธุรกิจที่แตกต่างไปจากการดำเนินธุรกิจแบบ เศรษฐกิจเส้นตรง เป็นแนวคิดที่ผสมผสานมิติด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจเป็นแนวคิดเพื่อใช้เยียวยาความเสียหายทางสิ่งแวดล้อมอันเป็นผลลัพธ์จากระบบเศรษฐกิจเส้นตรง และแนวคิดนี้ถือเป็นระบบเศรษฐกิจที่มีเป้าหมาย เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (Masi, Day & Godsell, 2017; D'Adamo, 2019)

Euro Commission (2019) เศรษฐกิจหมุนเวียนมีวัตถุประสงค์ในการคงสภาพมูลค่าของผลิตภัณฑ์ วัสดุ และ ทรัพยากรทั้งหลายให้นานเท่าที่จะทำได้โดยเมื่อสิ่งเหล่านั้นถูกเลิกใช้ยังสามารถนำสิ่งเหล่านั้นกลับเข้าสู่กระบวนการผลิตพร้อมกับการลดของเสีย ลดการทิ้งและลดการใช้วัสดุเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีขึ้น

ภัทรพร แยมละออ (2561) ผู้ร่วมก่อตั้งบริษัท ป่าสาละจำกัด นักวิชาการที่สนใจเกี่ยวกับการทำธุรกิจ เพื่อความยั่งยืน อธิบายความหมายของเศรษฐกิจหมุนเวียนว่าเป็นรูปแบบการผลิตที่วางแผนและการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สามารถนำวัสดุที่ใช้ในการผลิตให้สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำหรือสร้างคุณค่าอย่างต่อเนื่อง โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้เกิดของเสียน้อยที่สุดเป็นการใช้วัสดุอย่างมีประสิทธิภาพ ลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม

จากความเป็นมาข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมีพัฒนาการต่อ ยอดความคิดในบริบท ที่หลากหลายทั้งจากแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์ วิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อม เพื่อมาบริหารจัดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ ที่มีอย่างจำกัดให้เพียงพอสำหรับประชากรโลกในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยพบข้อสันนิษฐานว่า Kenneth E. Boulding คือ ผู้ตั้งข้อสังเกตเกี่ยวกับการเพิ่มขึ้นของประชากรกับการใช้ทรัพยากรว่าความเป็นไปได้ที่จะทำให้เกิดความขาดแคลนในอนาคตจึงได้นำเสนอให้มีการหมุนเวียนการใช้ทรัพยากรให้ยาวนานขึ้น หลังจากนั้น Walter R. Stahel และ Genevieve Raday ได้พัฒนาต่อยอดและนำเสนอแนวคิด Economy in Loops ที่เป็นการวางระบบการผลิตแบบปิด เพื่อบริหารจัดการพลังงาน ทรัพยากรและของเสียจากระบบการผลิตเพื่อนำป้อนกลับเข้าเป็นปัจจัยนำเข้าใหม่อีกครั้งเป็นวงจรหมุนเวียนการใช้ทรัพยากรไม่รู้จบ เพื่อลดของเสียและเพิ่มความคุ้มค่าจากการใช้ปัจจัยนำเข้าจึงอาจกล่าวได้ว่า แนวคิดนี้คือชื่อเรียกก่อนที่จะมาเป็นคำว่า Circular Economy หรือเศรษฐกิจหมุนเวียนในปัจจุบัน

แนวทางการบริหารจัดการขยะพลาสติกในต่างประเทศ

- ไอร์แลนด์ เก็บภาษีถุงพลาสติก ลดการใช้ถุงพลาสติกได้ที่ ร้อยละ 90
- สหรัฐอเมริกา มีการใช้ Reusable bag โดยวางขายถุงกระดาษที่ย่อยสลายได้ไว้ที่แคชเชียร์ ลดมลพิษจากถุงพลาสติกได้ถึง ร้อยละ 72 ลดการใช้ถุงพลาสติกได้ร้อยละ 85
- สหราชอาณาจักร ใช้ถุงที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ลดการใช้หลอดพลาสติก แท่งคนกาแฟ ก้านคัตเติ้ลบัต ลดการใช้ถุงพลาสติกได้ ร้อยละ 80 ลดงบประมาณกำจัดขยะได้ถึง ร้อยละ 60

- เดนมาร์ก เก็บภาษีถุงพลาสติกจากพ่อค้าปลีก ระบบมัดจำ ค่าขวด ใช้ถุงที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ ลดการใช้ถุงพลาสติกจากเดิมได้ถึง ร้อยละ 66 รีไซเคิลขวดพลาสติกได้ถึง ร้อยละ 90 ของขวดที่รับคืนในระบบ
 - เยอรมนี เก็บภาษีรีไซเคิลผลิตขวดชนิดใช้ซ้ำได้ ระบบมัดจำขวดพลาสติก ลดขวดพลาสติกในท้องตลาดชนิดใช้ซ้ำได้เหลือ 46%
 - สวีเดนมีวินัยการจัดเก็บและคัดแยกขยะ แปรรูปขยะเป็นพลังงานไฟฟ้า ระบบมัดจำค่าขวดพลาสติก ระบบมัดจำถุงพลาสติก 1.86 บาทต่อใบ ผู้บริโภคได้รับเงินคืนเมื่อนำถุงมาคืนผู้ผลิตและผู้บริโภค รายงานปริมาณการผลิตและใช้ถุงพลาสติกต่อ Swedish Environmental Protection Agency ผลิตไฟฟ้าใช้ภายในประเทศ ถึง 810,000 ขวดพลาสติกรีไซเคิลได้ถึง 90%
 - ญี่ปุ่น การคัดแยกขยะ No plastic bag day จัดเก็บภาษีถุงพลาสติก สติกเกอร์สะสมแลกเป็นเงิน Revised recycling laws Revised Containers and Packaging Law
- จะเห็นได้ว่าแนวทางการบริหารการจัดการขยะของต่างประเทศนี้เป็นรูปแบบหนึ่งที่ทุกภาคส่วนสามารถร่วมมือกันดำเนินการได้

วิธีดำเนินการวิจัย

แนวทางการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบการจัดการขยะพลาสติกในจังหวัดสมุทรปราการ ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนมีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ สภาพปัญหา ประสิทธิภาพของการจัดการและผลกระทบจากขยะพลาสติกในจังหวัดสมุทรปราการ เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการขยะ และปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการขยะพลาสติกของกรณีศึกษาหน่วยงานที่ประสบผลสำเร็จและเพื่อสร้างรูปแบบการจัดการขยะพลาสติกของจังหวัดสมุทรปราการตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนโดยกำหนดวิธีการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology Research) กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีวิจัยจากเอกสาร (documentary research) และวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยใช้เทคนิคในการเลือกตัวอย่างแบบบอกต่อเป็นทอดๆ หรือแบบสายใยเชื่อมโยง (Snowball Orchen) และใช้เทคนิคการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวนรวม 19 ท่าน ประกอบไปด้วย 3 กลุ่ม ในจังหวัดสมุทรปราการและจังหวัดระยอง จากกลุ่มผู้ประกอบการบริษัทที่เกี่ยวข้องกับการก่อเกิดขยะพลาสติกและกลุ่มตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนารูปแบบการจัดการขยะพลาสติกและ กลุ่ม ตัวแทนจากกรณีศึกษาหน่วยงานที่ประสบผลสำเร็จในการพัฒนารูปแบบจัดการขยะ

ผลการวิจัย

1. สถานการณ์

ปริมาณขยะที่เกิดขึ้นของจังหวัดสมุทรปราการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 จนถึงปี พ.ศ. 2564 มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่อง เนื่องจากปัจจัยหลายด้าน เช่น จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น ทั้งจำนวนประชากรทะเบียนราษฎร และจำนวนประชากรแฝง ซึ่งมีผลมาจากการขยายตัวด้านเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมในจังหวัด จึงทำให้ทุกภาคส่วนต้องสนับสนุนให้ประชาชนคัดแยกขยะอย่างถูกวิธีและสามารถนำขยะกลับไปใช้ประโยชน์ โดยมีการนำหลักการ 3Rs และ 5Rs มาใช้เพื่อประยุกต์ให้เข้ากับบริบทของการจัดการขยะที่มีประสิทธิภาพสูงสุดของหน่วยงานต่างๆ และพื้นที่ของชุมชน เนื่องจากสถานการณ์โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้มีการใช้พลาสติกใช้ครั้งเดียวทิ้งเพิ่มมากขึ้น จังหวัดสมุทรปราการมีสถานการณ์ขยะพลาสติกในอดีตนั้น ปริมาณขยะพลาสติกมีมากเพราะบริษัทที่ทำธุรกิจรีไซเคิลมีน้อย ปัจจุบันบริษัทที่ทำรีไซเคิลมีมากขึ้นและการพัฒนากระบวนการรีไซเคิลให้ได้ปริมาณและคุณภาพมากขึ้นมีทักษะในเรื่องการคัดแยกชนิดพลาสติก ทำให้ได้วัตถุดิบพลาสติกที่มีมูลค่ามีราคาแพงเพิ่มมากขึ้นและลดปริมาณขยะพลาสติกในจังหวัด ในส่วนขยะพลาสติกในภาคอุตสาหกรรมจังหวัดสมุทรปราการมีนิคมอุตสาหกรรมจัดการภาพรวมของขยะพลาสติก ขยะจะเกิดจากกลุ่มบริษัทและหน่วยงานที่หลากหลายโดยมีสองหน่วยงานดูแล คือการนิคมอุตสาหกรรมและกรมโรงงานอุตสาหกรรม ส่วนภาคประชาชนขยะพลาสติกจะเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์พลาสติกอุปโภคบริโภค

2. สภาพปัญหาและผลกระทบ

2.1 การให้บริการเก็บขยะไม่ทั่วถึง ระบบรวบรวมคัดแยกขยะจากภาคประชาชนมีน้อยขาดประสิทธิภาพและเก็บขนเพื่อนำกลับไปหมุนเวียนไปเป็นวัตถุดิบใหม่มีน้อยส่งผลกระทบให้ต้องนำไปกำจัดโดยการเผาและฝังกลบโดยการฝังกลบต้องใช้เวลาในการย่อยสลายยาวนานหลายร้อยปีทำให้สิ้นเปลืองพื้นที่และจังหวัดสมุทรปราการเป็นจังหวัดที่มีปริมาณขยะเข้าสู่ทะเลมากที่สุดสร้างผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางน้ำ ทำให้ขยะพลาสติกบางส่วนไหลลงสู่แหล่งน้ำและออกสู่ทะเลทำให้เกิดปัญหาขยะทะเลและส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศต่อสิ่งมีชีวิตในทะเล

2.2 การจัดการขยะพลาสติกมากกว่าครึ่งจะถูกกำจัดด้วยกระบวนการที่ยังไม่ถูกวิธี ส่งผลกระทบก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ในจังหวัดสมุทรปราการ คือ ขยะล้นบ่อไม่มีที่ทิ้งขยะและปัญหามลภาวะสิ่งแวดล้อมเป็นพิษทั้งทางตรงและทางอ้อมที่ส่งผลต่อสุขภาพมนุษย์ สิ่งแวดล้อมและสัตว์ทะเล

2.3 การจัดการขยะพลาสติกของจังหวัดสมุทรปราการ เป้าหมายปริมาณขยะที่ส่งกำจัดลดลงร้อยละ 30 จำนวนถุงพลาสติกหิ้วลดลงร้อยละ 100 จำนวนแก้วพลาสติกใช้ครั้งเดียวลดลงร้อยละ 100 จำนวนโฟมบรรจุอาหารลดลงร้อยละ 100 แต่ยังคงเป็นนโยบายเป้าหมายของจังหวัดเพราะการปฏิบัติจริงยังคงต้องใช้เวลาร่างจิตสำนึกให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ แต่ในทางปฏิบัติถ้าดำเนินการตามเป้าหมายได้ก็จะเกิดผลกระทบต่อโรงงานผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติกที่ใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง คือต้องปิดกิจการหรือไม่ก็ต้องสร้างธุรกิจใหม่

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการจัดการขยะพลาสติกในจังหวัดสมุทรปราการตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน มีประเด็นที่น่าสนใจนำมาอภิปรายผลเพื่อการพัฒนาได้ดังนี้

สถานการณ์ สภาพปัญหา ประสิทธิภาพของการจัดการและผลกระทบจากขยะพลาสติกในจังหวัดสมุทรปราการ

วิกฤตปัญหาขยะพลาสติก ของจังหวัดสมุทรปราการ ที่เป็นปัญหาหลายด้านเช่น ด้านมลพิษทางอากาศ ทางบก ทางทะเล ส่วนใหญ่ เกิดจากการใช้ผลิตภัณฑ์พลาสติกครั้งเดียวแล้วทิ้งที่มีปริมาณเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปีและในช่วงสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์พลาสติกเพื่อบรรจุอาหารมากขึ้นจึงทำให้ขยะพลาสติกเพิ่มมากขึ้นตามอัตราการใช้ พื้นที่ส่วนใหญ่มีการจัดการขยะแบบดั้งเดิมคือ การฝังกลบขยะพลาสติกปนเปื้อน การเผาในระบบเตาเผาทิ้งและเตาเผาพลังงาน มากกว่าครึ่งจะถูกกำจัดด้วยกระบวนการที่ยังไม่ถูกวิธีและก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ คือ ปัญหาสุขภาพของประชาชน ปัญหาเศรษฐกิจ และปัญหาล้างแวล้อมทั้งทางตรงและทางอ้อมที่ส่งผลกระทบต่อมนุษย์ สัตว์ในทะเลและสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ

จากสถานการณ์และสภาพปัญหาของจังหวัดสมุทรปราการที่ได้ข้อสรุปข้างต้นจะสอดคล้องกับดัชนีชี้วัดของ Okunola A Alabi, Kehinde I Ologbonjaye, OluwaseunAwosolu and Olufiropo E Alalade (2019) เรื่องPublic and Environmental Health Effects of Plastic Wastes Disposal: A Review พบว่าตั้งแต่ปี1950 จนถึง 2018 ได้มีการผลิตพลาสติกประมาณ 6.3พันล้านตันทั่วโลก 9% และ 12% ที่เป็นรีไซเคิลและเผาเป็นเถ้าถ่านตามลำดับจำนวนของประชากรที่เพิ่มสูงขึ้นและความต้องการที่สม่ำเสมอสำหรับพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติกคือความรับผิดชอบสำหรับการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในการผลิตพลาสติกจึงเป็นยุคของขยะพลาสติกและยังมาพร้อมกับมลพิษสิ่งแวดล้อม

รูปแบบการจัดการขยะและปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการขยะพลาสติกของกรณีศึกษาหน่วยงานที่ประสบผลสำเร็จจำนวน 3หน่วยงาน (1) ระยองโมเดล / โครงการ PPP PLASTIC (2) เทศบาลเมืองแกลง สท เทศบาลตำบล เมืองแกลง และประชาชนชุมชนบ้านเอื้ออาทรจังหวัดระยอง (วังหว่า) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ร่วมมือกับภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อหาวิธีการบริหารจัดการและแก้ไขปัญหาขยะพลาสติกได้อย่างเป็นระบบ ชุมชนต้นแบบในการคัดแยกขยะ นำไปส่งให้กับโรงงานธุรกิจรีไซเคิล (Recycling Plant) ศูนย์กำจัดขยะครบวงจรของทางอบจ.ระยอง ในการทำ RDF และนำไปสู่การทำโรงงานไฟฟ้าจาก RDF ในอนาคต สร้างรูปแบบธุรกิจเล็ก ๆ ขึ้นในระดับชุมชน (Business Model) ตั้งแต่ผู้เก็บ ผู้รวบรวม ผู้คัดแยก กระทั่งถึงผู้นำไปรีไซเคิล หรือหลอมเม็ดพลาสติก และการกำจัดขยะอย่างครบวงจร การให้ความรู้กับผู้นำเทศบาล ชุมชน ชาวบ้าน และนักเรียนในพื้นที่เป้าหมายในการคัดแยกขยะพลาสติกอย่างถูกต้องเพื่อการบริหารจัดการขยะและ เพื่อสร้างรายได้ให้ชุมชนจากขยะ ธนาคารขยะออมทรัพย์องค์การบริหารส่วนตำบลศรีษะจรเข้้น้อย ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ การให้ความรู้การคัดแยกประเภทขยะมูลฝอยกับชุมชน ผู้นำชุมชน สถานศึกษา ตลาด สถานประกอบการตำบลศรีษะจรเข้้น้อย

* ศูนย์การเรียนรู้เพื่อปลูกจิตสำนึกในชุมชน โดยชุมชน และเพื่อชุมชน การสร้างความร่วมมือในการคัดแยก และกระบวนการจัดการขยะอินทรีย์ ขยะพลาสติกรีไซเคิล ขยะอันตราย ขยะทั่วไป เพื่อลดปริมาณขยะในชุมชน *รูปแบบธนาคารขยะออมทรัพย์ทุกหมู่ในตำบลเป็นต้นแบบ หรือศูนย์ถ่ายทอดองค์ความรู้การลดปริมาณขยะโดยการคัดแยกขยะที่ต้นทางสอดคล้องกับแนวความคิดของ ปรัชญาเวรสารัชช (2561) การมีส่วนร่วมคือการที่ประชาชนได้ใช้ความพยายามหรือใช้ทรัพยากรบางอย่างของตนเช่นความคิดความรู้ความสามารถแรงงานเงินทุนวัสดุในกิจกรรมการพัฒนานั้นการมีส่วนร่วมจะทำให้ประชาชนหลุดพ้นจากการเป็นผู้รับผลจากการพัฒนาและเป็นผู้กระทำให้เกิดกระบวนการพัฒนาการมีส่วนร่วมเป็นได้ทั้งวิธีการที่นำไปสู่การพัฒนาและเป็นผู้กระทำให้เกิดกระบวนการพัฒนาด้วยและแนวความคิด

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การพัฒนาแบบการจัดการขยะพลาสติกของจังหวัดสมุทรปราการตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียนในครั้งนี้



บทสรุปรูปแบบการจัดการขยะพลาสติกของจังหวัดสมุทรปราการตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน มีรายละเอียดดังนี้คือ

1. ส่งเสริมให้ประชาชนในจังหวัด เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการขยะในทุกครัวเรือน ในทุกหน่วยงาน โดยการจัดการคัดแยกประเภทขยะดังนี้ ขยะอินทรีย์ที่เน่าเสีย(นำไปเป็นอาหารสัตว์ที่เหลือทำปุ๋ยหมัก) ขยะรีไซเคิล(กระดาษ พลาสติก โลหะต่างๆขายเพื่อเข้าโมเดลหมู่บ้านหรือขายให้กับรถรับซื้อของเก่า

เพื่อเข้าโรงงานรีไซเคิล) ชยะอันตราย(คัดแยกไว้ให้หน่วยงานท้องถิ่นมาเก็บเพื่อส่งกำจัดอย่างถูกวิธี) ชยะทั่วไป (หน่วยงานท้องถิ่นจัดเก็บเพื่อเข้าโรงงานผลิตพลังงาน RDFของจังหวัดสมุทรปราการ)

2.สร้างโมเดลจัดการขยะในชุมชนสร้างชุมชนต้นแบบที่มีความสามารถในการคัดแยกขยะจนเกิดเป็นรายได้อย่างมีประสิทธิภาพอบรมและพัฒนาประชาชนให้มีส่วนร่วมในการจัดการขยะให้ได้ร้อยละ100 และขยายผลสู่เยาวชน โดยให้ความรู้เรื่องการคัดแยกขยะทุกประเภทอย่างถูกต้องตั้งแต่ในโรงเรียน เพื่อขยายผลสู่คนในครอบครัว

3. ส่งเสริมวางแผนให้ความรู้กับผู้นำเทศบาล ชุมชน ชาวบ้าน และนักเรียนในพื้นที่ในการคัดแยกขยะพลาสติกอย่างถูกต้อง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ขยะพลาสติกขายได้และนำเข้าสู่โรงงานรีไซเคิล(Recycling Plant)เพื่อจัดการขยะพลาสติกอย่างครบวงจร ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

4.ออกนโยบายให้ผู้ประกอบการผู้ผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกที่ก่อเกิดขยะพลาสติกร่วมสร้างโมเดลจัดการขยะพลาสติกหมุนเวียนใช้อย่างครบวงจรให้ได้ร้อยละ100 ตามหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

5.ภาครัฐร่วมมือกับผู้ประกอบการโรงงานจัดการขยะพลาสติกเพื่อการรีไซเคิลพลาสติกให้ได้ปริมาณมากและนำขยะพลาสติกที่เป็นปัญหาทุกชนิดนำกลับมาเข้าสู่กระบวนการรีไซเคิลเพื่อนำขยะพลาสติกกลับมาหมุนเวียนใช้สร้างผลิตภัณฑ์พลาสติก จากเม็ดพลาสติกรีไซเคิลให้ได้มากที่สุด

6.จัดตั้งศูนย์กำจัดขยะครบวงจรของ จังหวัดสมุทรปราการในการสร้างโรงงานพลังงานเชื้อเพลิง RDF และนำไปสู่การทำโรงงานไฟฟ้าจาก RDF ของจังหวัดสมุทรปราการ

7.วางแนวทางการทำงานแบบบูรณาการทุกภาคส่วนของจังหวัดผู้เก็บขยะพลาสติก ผู้รวบรวมขยะพลาสติก ผู้คัดแยกขยะพลาสติก ผู้นำขยะพลาสติกไปรีไซเคิล หรือหลอมเป็นเม็ดพลาสติก สร้างผลิตภัณฑ์พลาสติกของหน่วยงานภาครัฐจากเม็ดพลาสติกรีไซเคิลและการกำจัดขยะพลาสติกอย่างครบวงจรเพื่อการบริหารจัดการขยะพลาสติกที่ยั่งยืน

จากผลการศึกษา ตามวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา สามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะนำไปปฏิบัติ

1. หน่วยงานภาครัฐออกนโยบายร่วมกับภาคเอกชนตั้งเป้าหมายร่วมกันที่จะกำจัดขยะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้งที่ไม่มีความจำเป็น โดยการออกแบบใหม่ สร้างนวัตกรรมเทคโนโลยี หรือทางเลือกอื่น ๆ เพื่อให้ได้ร้อยละ70-ร้อยละ100ของบรรจุภัณฑ์พลาสติกนั้นสามารถรีไซเคิลหรือย่อยสลายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. หน่วยงานภาครัฐบริหารจัดการสร้างความรู้สร้างความเข้าใจสร้างความตระหนักให้กับประชาชนและผู้ประกอบการทุกระดับในการคัดแยกขยะก่อนทิ้งโดยต้องคัดแยกขยะจุนทรีย์ที่เน่าเสียให้ได้

ร้อยละ 100 โดยนำไปเลี้ยงสัตว์ หรือนำไปทำปุ๋ยหมัก หรือเข้ากระบวนการจัดการอื่น ๆ ทุกหมู่บ้านทุกพื้นที่ ต้องมีถังทิ้งขยะอินทรีย์และพัฒนากฎหมายเพื่อการจัดการขยะพลาสติกให้มีประสิทธิภาพโดยเร่งด่วน

3. ภาครัฐส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรีไซเคิลพลาสติก ในการพัฒนาการจัดการขยะพลาสติกให้เป็นวงจรไม่รู้จักจบที่มีคุณภาพ คือ การใช้พลาสติกแล้วทิ้ง มีคนเก็บรวบรวม มีคนคัดแยก มีคนรับซื้อ มีผู้ประกอบการรีไซเคิล มีผู้สร้างผลิตภัณฑ์พลาสติกจากพลาสติกกรีไซเคิล เป็นวงจรการจัดการพลาสติกที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืนที่สอดคล้องกับ หลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

4. หน่วยงานภาครัฐต้องเรียนรู้และพัฒนาการจัดการขยะพลาสติกที่ควบคุมและสอดคล้องกับ หน่วยงานเอกชนที่มุ่งพัฒนาการจัดการขยะพลาสติกทุกประเภทเพื่อขยะพลาสติกจะได้นำไปรีไซเคิลให้ได้ ร้อยละ 80-100 ที่มีคุณภาพเพื่อจำหน่ายและเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์พลาสติกขายให้หน่วยงานภาครัฐและ หน่วยงานเอกชนทั่วไปและผู้ประกอบการที่สร้างผลิตภัณฑ์พลาสติกต้องออกมารับผิดชอบต่อสังคมในการ จัดการขยะพลาสติกโดยการร่วมกันใช้เม็ดพลาสติกกรีไซเคิลเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์พลาสติกของตัวเองให้มาก ที่สุด ที่สอดคล้องกับหลักเศรษฐกิจหมุนเวียน

5. ทุกภาคส่วนเร่งพัฒนาการผลิตพลังงานเชื้อเพลิง RDFให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลลดขยะ พลาสติกไปหลุมฝังกลบให้ได้ร้อยละร้อย

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาพัฒนาการจัดการขยะพลาสติกที่เป็นปัญหาที่ไม่สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้ไม่ สามารถนำกลับมารีไซเคิลได้เพื่อการสร้างนวัตกรรมจัดการขยะพลาสติกที่ยั่งยืน

2. ศึกษาพัฒนาการใช้วัตถุดิบประเภทพลาสติกเพื่อการหมุนเวียนใช้เป็นวงจรไม่รู้จักจบและวิธีการ รีไซเคิลขยะพลาสติกให้ได้ผลผลิตในปริมาณที่มากที่มีประสิทธิภาพเพื่อการจัดการให้ได้ร้อยละ 100 เพื่อ เป็นวัตถุดิบเข้าสู่กระบวนการทางอุตสาหกรรมเพื่อการจัดการขยะพลาสติกที่ยั่งยืน

3. ศึกษาการพัฒนาการรีไซเคิลขยะพลาสติกเพื่อนำมาสร้างผลิตภัณฑ์พลาสติกของภาครัฐเพื่อ การจัดการขยะพลาสติกที่ยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กรมควบคุมมลพิษ. (2562). รายงานสรุปสถานการณ์มลพิษของประเทศไทยปีพ.ศ. 2561.

สืบค้นเมื่อ 21 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.pcd.go.th>

กรมควบคุมมลพิษ.(2562). “ธนาคารขยะ” เพิ่มมูลค่าของเหลือใช้ แถมสร้างรายได้ให้ครอบครัว. สืบค้น

เมื่อ 21 พฤษภาคม 2563, จาก <https://erc.kapook.com/article12.php>

กรมควบคุมมลพิษ. (2562). ร่าง roadmap การจัดการขยะพลาสติก. สืบค้นเมื่อ 2 พฤษภาคม 2563, จาก

http://www2.pcd.go.th/Info_serv/File/17-09-62/40.pdf

- จิรนนท์ นาคสมทรง. (2563). *เศรษฐกิจหมุนเวียนหนทางสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน และบทบาทของการบัญชี*. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2563, จาก [file:///Users/Administrator/Downloads/237588Article%20Text-856219-4-10-20201030%20\(1\).pdf](file:///Users/Administrator/Downloads/237588Article%20Text-856219-4-10-20201030%20(1).pdf)
- ธนาชัย ปิยะศรีทอง.(2563). *ระยองโมเดลความร่วมมือเพื่อการจัดการขยะอย่างยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.allaroundplastics.com/article/sustainability/7684>
- นิตยสารจับกระแสปากน้ำ.(2564). *ระบบจัดการขยะเพื่อผลิตเป็นพลังงานเชื้อเพลิงRDFพร้อมเดินเครื่องแล้ว*. สืบค้นเมื่อ 27 ธันวาคม 2564, จาก <https://www.samutprakancity.go.th/uploads/content/2021/03/358/download.pdf>
- ภัทรพร แยมละออ. (2561). *เศรษฐกิจหมุนเวียน – โอกาสใหม่ของธุรกิจเพื่อความยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อ 21 พฤษภาคม 2563, จาก http://www.salforest.com/blog/circular_economy
- เพชร มโนปวิตร. (2561). *ทำไมต้องCircular Economy ทางรอดของมนุษย์ในยุค Anthropocene ยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อ 22 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.tcdc.or.th/th/Articles/Detail>
- ศูนย์ข่าวพลังงาน. (2562). *สู่ปีที่ 2 “ระยองโมเดล” พื้นที่ต้นแบบการจัดการขยะพลาสติก*. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.energynewscenter.com>
- Biomimicry Institute. (2019). *A sustainable world already exists*. Retrieved May 8, 2020, from <https://biomimicry.org/what-is-biomimicry>
- D’ Adamo, I. (2019). *Adoping a Circular Economy: Current Practices and Future Perspectives*. Retrieved May 20, 2020, from [https://www.researchgate.net/publication/337850289 Adopting_a_Circular_Economy_Current_Practices_and_Future_Perspectives](https://www.researchgate.net/publication/337850289_Adopting_a_Circular_Economy_Current_Practices_and_Future_Perspectives).
- ENERGY TIME ONLINE. (2563). *วิกฤตขยะพลาสติก! มหาอำนาจโลกธุรกิจจะปรับตัวอย่างไร?*. 2020-04-26. สืบค้นเมื่อ 27 พฤษภาคม 2563, จาก <https://www.unenvironment.org/Euro>
- Commission. (2019). *Circular economy – Overview*. Retrieved May 23, 2020, from <https://ec.europa.eu/eurostat/web/circular-economy/overview>.
- Masi, D., Day. S., & Godsell, J. (2017). *Supply Chain Configurations in the Circular Economy : A Systematic Literature Review*. Retrieved May 14, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/319597576_Supply_Chain_Configurations_in_the_Circular_Economy_A_Systematic_Literature_Review

อิทธิพลของสมดุลชีวิตกับการทำงาน ต่อความตั้งใจลาออก
และความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร ในกลุ่มบุคลากรภาคการศึกษา

The Impact of Work–Life Balance on Turnover Intention and Retention Intention
among Academics in Education Sector

จรัมพร ให้อยอง¹ และ ศิรินันท์ กิตติสุขสถิต²

Charamporn Holumyong¹ and Sirinan Kittisuksathit²

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล¹

ศูนย์วิจัยความสุขคนทำงานแห่งประเทศไทย สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล²

Institute for Population and Social Research, Mahidol University, Thailand¹

Thailand Center for Happy Worker Studies (TCHS), Institute for Population and Social Research, Mahidol University, Thailand²

E-mail: ¹joycharam@gmail.com; ² sirinan.kit@mahidol.ac.th

Retrieved November 27, 2022; Revised December 30, 2022; Accepted December 31, 2022

DOI: 10.14456/jappm.2022.30

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งศึกษาอิทธิพลของสมดุลชีวิตกับการทำงานที่มีต่อความตั้งใจลาออก และความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรในกลุ่มบุคลากรภาคการศึกษา โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากข้อมูลการสำรวจความสุขคนทำงาน พ.ศ. 2564 จำนวน 2,028 คน มาวิเคราะห์องค์ประกอบ (factor analysis) เพื่อจำแนกองค์ประกอบของสมดุลชีวิตกับการทำงาน ตามแนวคิดของ Greenhaus และคณะ (2003) ผลการศึกษาอิทธิพลของสมดุลชีวิตกับการทำงานที่มีต่อการลาออก และการคงอยู่กับองค์กร โดยการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบทวิ ชี้ว่า สมดุลชีวิตกับการทำงานที่ดีขึ้น ช่วยลดโอกาสในการลาออกจากองค์กรของบุคลากรการศึกษา (Adjusted odd ratio: AOR = 0.68; P-value <0.01) และเพิ่มโอกาสที่บุคลากรจะคงอยู่กับองค์กร (AOR = 1.46; P-value <0.01) สมดุลด้านการมีส่วนร่วมในการทำงานของบุคลากร และสมดุลด้านความพึงพอใจ ช่วยเพิ่มโอกาสที่บุคลากรจะคงอยู่กับองค์กร (AOR = 1.43 และ AOR = 2.3 ตามลำดับ) และช่วยลดโอกาสที่บุคลากรภาคการศึกษาจะตั้งใจลาออก (AOR = 0.66 และ AOR = 0.45 ตามลำดับ)

การศึกษานี้ชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ของการสร้างเสริมสมดุลชีวิตกับการทำงาน ซึ่งจะช่วยลดทอนอัตราการลาออก และเพิ่มอัตราการคงอยู่กับองค์กรได้ ซึ่งการรักษาบุคลากรให้คงอยู่กับองค์กรนี้เป็นความท้าทายอันใกล้ที่สถาบันการศึกษาจะต้องเผชิญ โดยกลยุทธ์ในการรักษาบุคลากรให้คงอยู่กับองค์กร ควรมุ่งให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลด้านการมีส่วนร่วม และสมดุลด้านความพึงพอใจเป็นหลัก

คำสำคัญ: สมดุลชีวิตกับการทำงาน; ความตั้งใจลาออก; ภาคการศึกษา

Abstract

This article presents the results of a study of the influence of work–life balance on turnover intention and retention intention of employees in education sector. Utilizing a 2021 survey of happiness, a sample of 2,028 academic employees were selected and analyzed. The authors classify work–life balance factors into three components according to the concept of Greenhaus et.al. (2003). The results of a binary logistic regression analysis indicate that a higher score of work–life balance could reduce the likelihood of turnover intention among academic employees (Adjusted odd ratio: AOR = 0.68; P-value <0.01) and increase the likelihood of their retention intention. (AOR =1.46; P-value <0.01) Higher scores of involvement balance and satisfaction balance could increase the likelihood of retention intention (AOR = 1.43 and AOR = 2.3, respectively) and reduce the likelihood of turnover intention among academic employee (AOR = 0.66 and AOR = 0.45, respectively).

This study highlights the benefits of work–life balance promotion to improve the turnover rate and retention rate of an organization. Employee–retention challenges is threatening the academic institutions. The strategy to retain valuable employees should focus on promotion of involvement balance and satisfaction balance.

Keywords: Work–life balance; Turnover intention; Education sector

บทนำ

การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำงาน องค์กรในภาคธุรกิจต่าง ๆ ล้วนผลักดันให้พนักงานทำงานที่บ้าน ในช่วงต้นของการแพร่ระบาด เพื่อรักษาระยะห่างและป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อโรค และในเวลาต่อมาเมื่อวัคซีน ยารักษาโรค และชุดตรวจหาแอนติเจนด้วยตนเอง เป็นปัจจัยที่ทุกคนเข้าถึงได้ ระบบเศรษฐกิจก็ได้กลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง (Acharya, Ghimire, & Subramanya, 2021). การทำงานในสถานประกอบการมีความปลอดภัยเพิ่มมากขึ้น แต่องค์กรจำนวนมากกลับต้องเผชิญกับความท้าทาย ในการดึงดูดพนักงานให้กลับมาทำงานที่สำนักงานดั้งเดิม คนทำงานจำนวนหนึ่งเลือกที่จะทำงานที่บ้าน เพื่อบริหารเวลาระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัว ในขณะที่มีคนที่ทำงานอีกจำนวนหนึ่งเลือกที่จะลาออกจากองค์กร จนเกิดเป็นกระแสการลาออกระลอกใหญ่ (The Great Resignation) (Digilio & Toiaivao, 2022) โดยสำนักงานสถิติแรงงานประเทศสหรัฐอเมริกาได้รายงาน ว่า คนทำงานประมาณ 69 ล้านคนในประเทศสหรัฐอเมริกาลาออกจากงานตั้งแต่ปี ค.ศ. 2021 และ สองในสามของผู้ลาออกเหล่านี้อาสาที่จะออกจากงานด้วยความเต็มใจ (US Bureau of Labor Statistics, 2021) ในขณะที่ตำแหน่งงานว่างในยุโรปตะวันตกก็เพิ่มสูงขึ้นในช่วงปลายปี ค.ศ. 2021 โดยกระแสการลาออกระลอกใหญ่เกิดในกลุ่มคนทำงานวัยหนุ่มสาวชาวยุโรป (YPulse, 2021) สำหรับ

ประเทศไทย ยังไม่มีรายงานสภาวะการลาออกกระลอกใหญ่อย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม การสำรวจคนทำงานของโรเบิร์ต วอลเทอร์ส ก็ชี้ให้เห็นว่า คนไทยจำนวนมากเคยคิดลาออก โดยร้อยละ 80 ของคนทำงานในประเทศไทยเคยคิดลาออกในปี 2564 (Robert Walters, 2022)

ไม่มืองค์กรใดต้องการให้คนทำงานที่มีศักยภาพลาออก เนื่องจากประสบการณ์ และทักษะเฉพาะทางที่สั่งสมจากการทำงานในองค์กรเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ การคัดเลือกบุคคลเข้าทำงาน และการฝึกฝนพัฒนาพนักงานให้มีความสามารถ มีต้นทุนทั้งในรูปของเวลาและค่าใช้จ่าย การลาออกของคนทำงานจึงส่งผลกระทบต่อองค์กร ทั้งในรูปของการสูญเสียความรู้ ลดทอนประสิทธิภาพของกระบวนการทางธุรกิจ การขาดการส่งต่อการทำงานระหว่างกันในที่ม บันทอนกระบวนการถ่ายทอดความรู้ สูญเสียเครือข่ายทางธุรกิจ และมีความเสี่ยงต่อการรั่วไหลของความรู้ความลับขององค์กรไปยังคู่แข่งทางธุรกิจ (Serenko, 2022) อย่างไรก็ตามสภาวะการแข่งขันสูงในตลาดการจ้างงานที่เกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจระดับมหภาค เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงได้ยาก องค์กรจึงจำเป็นต้องตื่นตัวในการสร้างสภาพแวดล้อมที่ตอบโจทย์ความต้องการของพนักงาน เพื่อรักษาทรัพยากรบุคคลที่มีค่าไว้กับองค์กร และดึงดูดคนทำงานรุ่นใหม่ที่มีประสิทธิภาพเข้าร่วมงาน

ความตั้งใจที่จะลาออก และคงอยู่กับองค์กร มีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยต่างๆมากมาย การตัดสินใจลาออกของคนทำงานมักเริ่มต้นจากความไม่พอใจในงาน ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับสภาพการทำงาน รายได้ ความน่าเบื่อจำเจ การได้รับการดูแลไม่ดีจากผู้บังคับบัญชา หรือขาดโอกาสก้าวหน้าในงาน (Smit, Stanz & Bussin, 2015) ในขณะที่ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการคงอยู่กับองค์กรก็มีความคล้ายคลึงกัน งานศึกษาที่ผ่านมาชี้ว่า ค่าตอบแทน โอกาสความก้าวหน้า โอกาสในการได้รับการฝึกอบรมและการพัฒนา และสภาพการทำงาน ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของพนักงาน (Pierre & Tremblay, 2011; Joao & Coetzee, 2012)

สมดุลชีวิตกับการทำงาน เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออกของคนทำงาน ภาระงานหนัก บันทอนสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน ส่งผลให้คุณภาพชีวิตการทำงานลดลง และผลักดันให้คนทำงานต้องการที่จะลาออก (Lee และคณะ, 2017; Jaharuddin & Zainol, 2019; Modau และคณะ, 2018) อย่างไรก็ตามการศึกษาในเรื่องการลาออกของพนักงานในประเทศไทย มุ่งเน้นที่ปัจจัยด้านความพึงพอใจในงานเป็นหลัก และการศึกษาที่ผ่านมาให้ความสำคัญกับกลุ่มคนทำงานสาธารณสุขเป็นส่วนใหญ่ (Phuekphan, Aungsuroch, & Yunibhand, 2021; Jemsittiparsert & Uairak, 2019; Yam & Raybould, 2019) งานศึกษาที่บ่งชี้ถึงความสัมพันธ์ระหว่างสมดุลชีวิตกับการทำงาน และการลาออกในตลาดแรงงานไทยจึงมีค่อนข้างจำกัด โดยเฉพาะในภาคการศึกษาของประเทศไทย ให้เป็นแหล่งผลิตทรัพยากรบุคคล ที่มีความสำคัญยิ่งในการพัฒนาสังคมและประเทศ และกลุ่มบุคลากรภาคการศึกษาได้ถูกกระตุ้นให้ปฏิบัติงานผ่านนวัตกรรมการเรียนการสอนออนไลน์ ตั้งแต่ในช่วงแรกของการแพร่ระบาด ส่งผลให้การปฏิบัติงานที่บ้านได้กลายเป็นวิถีปกติใหม่ในการทำงาน แต่งานศึกษาที่เชื่อมโยงระหว่างสมดุลชีวิตและการทำงานของบุคลากรกลุ่มนี้ ที่มีต่อการลาออกและการคงอยู่ในองค์กรมีค่อนข้างจำกัด

การศึกษานี้จึงมุ่งศึกษาอิทธิพลของสมดุลชีวิตกับการทำงาน ที่มีต่อความตั้งใจลาออก และตั้งใจคงอยู่กับองค์กร ในกลุ่มบุคลากรภาคการศึกษา โดยประยุกต์แนวคิดของ Greenhaus และคณะ (2003) ที่จำแนกองค์ประกอบของสมดุลชีวิตกับการทำงาน แบ่งเป็น สมดุลด้านการมีส่วนร่วม สมดุลด้านความพึงพอใจ และสมดุลด้านเวลา โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research approach) จากข้อมูลการสำรวจความสุขคนทำงาน พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นฐานข้อมูลทุติยภูมิขนาดใหญ่ที่สำรวจคนทำงานในองค์กรทั่วประเทศ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของสมดุลชีวิตกับการทำงาน ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกและความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร ในกลุ่มบุคลากรภาคการศึกษา
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของสมดุลด้านการมีส่วนร่วม สมดุลด้านความพึงพอใจ และสมดุลด้านเวลา ที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกและความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร ในกลุ่มบุคลากรภาคการศึกษา

ทบทวนวรรณกรรม

1. สมดุลชีวิตกับการทำงาน

สมดุลชีวิตกับการทำงาน หมายถึง ความสัมพันธ์ทางคุณภาพในชีวิตของแต่ละบุคคล ระหว่างมิติการทำงานและมิติที่ไม่ใช่งาน ซึ่งคนส่วนใหญ่มักเข้าใจว่าสมดุลชีวิตกับการทำงาน คือ ความสัมพันธ์ระหว่างเวลาที่ใช้ในการทำงานและเวลาที่ใช้เพื่อตนเองและครอบครัว (Kelliher, Richardson, & Boiarintseva, 2019) อย่างไรก็ตามความเกี่ยวข้องของมนุษย์ที่มีต่อการทำงานนั้น มีมากกว่าการใช้เวลาทำงาน เช่นเดียวกับการใช้ชีวิตที่ลึกซึ้งมากกว่าการให้เวลากับตนเองและครอบครัว การสร้างสมดุลชีวิตกับการทำงานจึงมีความหมายที่ลึกซึ้งมากกว่าเพียงแค่การจัดการเวลาให้เกิดสมดุลระหว่างการทำงานและการใช้ชีวิต ในการนี้นักวิชาการด้านคุณภาพชีวิตจึงได้นิยามสมดุลชีวิตกับการทำงานที่ขยายขอบเขตที่มากกว่าการใช้เวลา Hill และคณะ (2001) นิยามสมดุลชีวิตกับการทำงานว่า หมายถึง การปรับสมดุลของบุคคลในการทำกิจกรรมไปพร้อมกับ การปรับสมดุลด้านอารมณ์ ความรู้สึก พฤติกรรม และความรับผิดชอบทั้งในเรื่องงานและครอบครัว Clark (2000) ได้นิยามสมดุลชีวิตกับการทำงาน ว่าหมายถึง ความพึงพอใจและ ภาระงานที่ดีที่เกิดขึ้นทั้งที่ทำงานและที่บ้าน โดยปราศจากความขัดแย้ง Grzywacz และ Carlson (2007) ให้ความหมายที่สะท้อนถึงความสำเร็จบนความคาดหวังที่มีต่อบทบาทของบุคคล และหุ้นส่วนที่เกี่ยวข้องในโลกแห่งการทำงาน และครอบครัว

Greenhaus และคณะ (2003) มองว่าสมดุลชีวิตกับการทำงาน หมายถึงการลงทุนอย่างมีดุลยภาพหรือเท่าเทียมกัน ระหว่างมิติการทำงานและมิติที่ไม่ใช่งาน และการลงทุนนี้จำแนก ออกเป็น 3 มิติ คือ

1. สมดุลด้านเวลา (Time balance) ที่จัดสรรเท่ากัน หมายถึง เวลาในการทำงานและเวลาที่ให้กับครอบครัว

2. สมดุลด้านการมีส่วนร่วม (Involvement balance) หมายถึง คุณภาพของการมีส่วนร่วมทางใจกับงานและปัญหาครอบครัว และ

3. สมดุลแห่งความพึงพอใจ (Satisfaction balance) คือ ความพึงพอใจครอบครัวและงานเท่ากัน การมีสมดุลชีวิตกับการทำงานนำไปสู่ผลลัพธ์ที่ดีต่อทั้งบุคคลและองค์กร ได้แก่ ประสิทธิภาพการทำงานที่ดีขึ้น ความมุ่งมั่นและผูกพันในงาน ในทางกลับกันความไม่สมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานส่งผลให้เกิดทัศนคติเชิงลบ และพฤติกรรมไม่พึงประสงค์ เช่น ความเหนื่อยหน่ายในการทำงาน ความเหนื่อยล้าทางอารมณ์ (Aslani & Fayyazi, 2015).

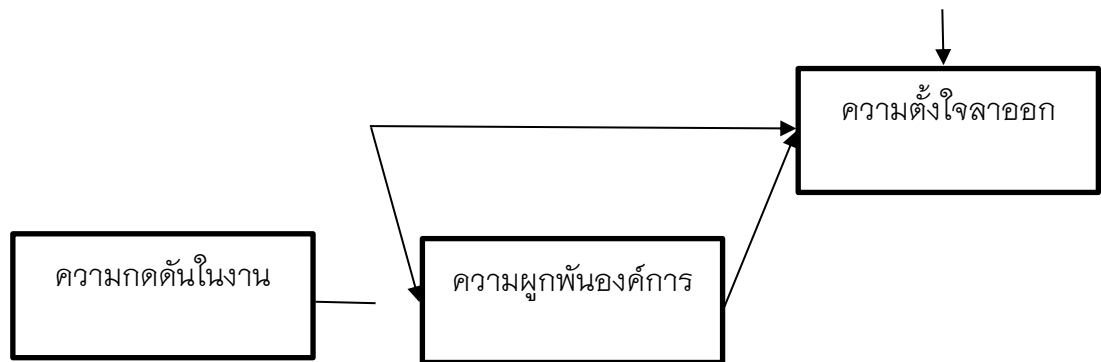
การลาออก และคงอยู่กับองค์กรของพนักงาน

ความตั้งใจลาออก หมายถึง ความตั้งใจของพนักงานที่จะลาออกจากงานปัจจุบันที่ทำอยู่ ซึ่งเป็นความสมัครใจที่จะลาออกเมื่อมีโอกาส เพื่อไปทำงานให้กับองค์กรอื่น หรือเปลี่ยนเส้นทางอาชีพ (Ngamkroekjoti และคณะ, 2012; Nadiri&Tanova, 2010) ซึ่งความตั้งใจจะลาออกได้ถูกใช้เป็นตัวชี้วัดสำคัญในการคาดการณ์การลาออกจริงจากองค์กร ((Hom & Griffeth, 1995)

การลาออกของพนักงานถือเป็นปัญหาสำคัญของการจัดการทรัพยากรบุคคลในทุกองค์กร ซึ่งส่งผลต่อการผลิตสินค้าและบริการ คุณภาพและความสามารถในการทำกำไร (Kumar, 2011) การสูญเสียผลประโยชน์จากการลงทุนที่องค์กรได้ใช้จ่ายให้ได้พนักงานมา เช่น ค่าใช้จ่ายการสรรหาพนักงาน คัดเลือก ปฐมนิเทศ และฝึกอบรมพนักงาน (Shamsuzzoha & Shumon, 2013) นอกจากนี้การลาออกของพนักงานยังส่งผลเสียต่อแรงจูงใจของพนักงานที่มีอยู่ เพิ่มภาระงานให้แก่คนที่ยังคงอยู่ และทำให้วางแผนการทำงานได้ยาก (Kaya & Abdioğlu, 2010).

การลาออกและการคงอยู่ของพนักงานมีสาเหตุมาจากปัจจัยที่หลากหลาย ทั้งในประเด็นเรื่องส่วนบุคคลของพนักงานเอง และ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องสภาวะในการทำงาน ซึ่งในมิติที่เกี่ยวข้องกับการทำงานนั้น นักวิชาการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจในงาน ซึ่งสะท้อนภาพการรับรู้และทัศนคติส่วนบุคคลที่มีต่องาน อันเป็นผลมาจากปฏิสัมพันธ์ของปัจจัยที่หลากหลายระหว่างบุคคลและสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ความผูกพันต่อองค์กร (Organization commitment) ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ถูกมองว่ามีความสัมพันธ์กับการคงอยู่และการลาออกของพนักงาน Becker (1960) ชี้ว่าความผูกพันต่อองค์กรเป็นปัจจัยที่ใช้ในการพยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน การขาดงาน การคงอยู่กับองค์กร ผลประกอบการและประสิทธิภาพขององค์กร Chen และคณะ (2014) ได้เสนอแบบจำลอง ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างความกดดันในงาน ความพึงพอใจ ความผูกพันต่อองค์กร โอกาสในการทำงานภายนอก และความตั้งใจในการลาออก ดังภาพที่ 1





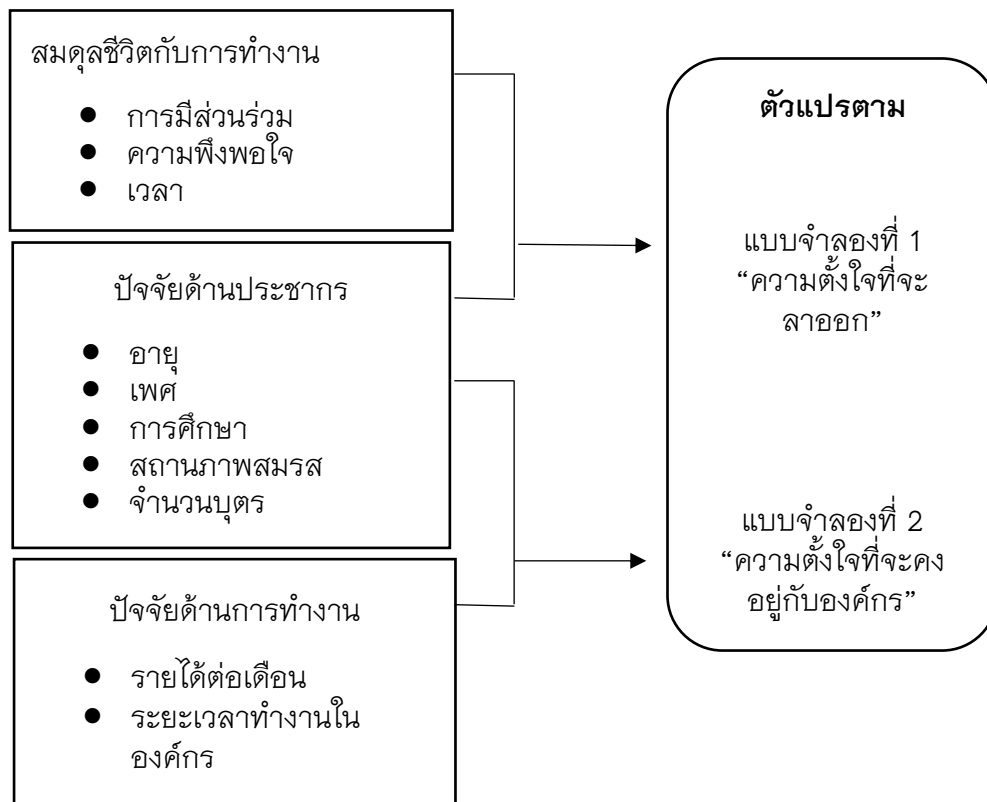
ภาพที่ 1 แบบจำลองแนวคิดความตั้งใจลาออกของ Chen และคณะ (2014)

แบบจำลองดังภาพที่ 1 ซึ่งว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในงาน ได้แก่ ความพึงพอใจในค่าตอบแทน และความกดดันในงาน โดยความพึงพอใจในค่าตอบแทนส่งผลกระทบบนทางบวกต่อความพึงพอใจในงาน แต่ความกดดันในงานส่งผลเชิงลบต่อความพึงพอใจในงาน ในขณะเดียวกัน ความพึงพอใจในค่าตอบแทน และความกดดันในงานก็เป็นปัจจัยที่ส่งอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กร และมีทิศทางความสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับผลกระทบที่เกิดกับความพึงพอใจในงาน ทั้งนี้แบบจำลองได้ชี้ว่า ความพึงพอใจในค่าตอบแทน และความกดดันในงานก็เป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจลาออกด้วยเช่นกัน โดยเมื่อความพึงพอใจในค่าตอบแทนเพิ่มมากขึ้น ความตั้งใจที่จะลาออกก็ลดน้อยลง ในทางกลับกันความกดดันในงานที่เพิ่มขึ้น จะยิ่งเพิ่มโอกาสให้คนทำงานอยากที่จะลาออก ทั้งนี้ความตั้งใจลาออกยังถูกกำหนดจาก ความพึงพอใจในงาน และความผูกพันองค์กร ร่วมกับโอกาสในการไต่ถามจากที่อื่น

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการคงอยู่ของพนักงาน มีความเชื่อมโยงกับงานศึกษาด้านการลาออก ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการคงอยู่ในองค์กรมีความคล้ายคลึงกับปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการลาออก Hassan, Jambulingam, Alam, & Islam (2019) รวบรวมปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการคงอยู่ขององค์กร และพบว่าประกอบด้วย บทบาทของผู้นำ บทบาทของลูกน้อง ระบบการบริหารจัดการ การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์แบบอ่อนที่เน้นการสร้างแรงบันดาลใจ ครอบคลุม การมีส่วนร่วม และธรรมาภิบาลขององค์กร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นสำหรับความพึงพอใจในงาน และ การแก้ปัญหาด้านการคงอยู่กับองค์กร

กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยด้านสมมูลชีวิตกับการทำงาน ตามแนวคิด/ทฤษฎีของ Greenhaus และคณะ (2003) ร่วมกับการควบคุมปัจจัยทางด้านประชากร และปัจจัยในการทำงาน ทำให้ได้ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น ประกอบด้วย สมมูลชีวิตกับการทำงาน ปัจจัยทางด้านประชากร และปัจจัยในการทำงาน และ ตัวแปรตาม ความตั้งใจที่จะลาออก และความตั้งใจที่จะคงอยู่กับองค์กร โดยมีกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาอิทธิพลของสมดุลชีวิตกับการทำงาน ที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกและความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร ในกลุ่มบุคลากรภาคการศึกษา โดยมีคำถามวิจัยว่า “สมดุลชีวิตกับการทำงานสามารถช่วยให้บุคลากรการศึกษาคงอยู่กับองค์กร และไม่ต้องการที่จะลาออกจากองค์กรได้หรือไม่” โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research approach) จากข้อมูลการสำรวจความสุขคนทำงาน พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นฐานข้อมูลสถิติขนาดใหญ่ที่สำรวจคนทำงานในองค์กร โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ ร่วมกับ และสถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล ภายใต้ทุนสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) สำรวจในปี 2564 การสำรวจใช้เครื่องมือ (แบบสำรวจ) HAPPINOMETER ซึ่งเป็นแบบสอบถามที่ให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกแบบสอบถามเอง (Self-administered Questionnaire) ใช้สำรวจความสุข คุณภาพชีวิต ความผูกพันองค์กร ความพึงพอใจ และสมดุลชีวิตกับการทำงาน ของคนทำงานในองค์กรอายุมากกว่า 15 ปีขึ้นไป ซึ่งฐานข้อมูลนี้ ประกอบไปด้วยคนทำงานจำนวน 20,980 คน จากทุกภาคอุตสาหกรรม และทุกภาคในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม กลุ่มเป้าหมายการสำรวจครอบคลุมเฉพาะคนทำงานในระบบที่ทำงานให้กับองค์กรประเภทต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชน แต่จะไม่ครอบคลุมกลุ่มคนทำงานนอกระบบ ผู้ทำงานอิสระที่ไม่สังกัดภายใต้องค์กร และผู้ทำธุรกิจส่วนตัว

ประชากรของการศึกษานี้ คือ บุคลากรในภาคการศึกษาของประเทศไทย จำนวน 1,210,900 คน (กระทรวงแรงงาน, 2565) กลุ่มตัวอย่าง คือ คนทำงานในภาคการศึกษาจากฐานข้อมูลการสำรวจความสุขคนทำงาน พ.ศ. 2564 ใช้วิธีการคัดเลือกเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ระบุว่าเป็นคนทำงานในภาคการศึกษา (coding sector = 14 –ภาคอุตสาหกรรม P:การศึกษา) จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 2,028 คน ในการวิเคราะห์หิทธิพลของสมดุลชีวิตกับการทำงาน ที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออกและความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร ได้นำข้อมูลการสำรวจความสุขคนทำงาน พ.ศ. 2564 มาวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบทวิ (Binary Logistic Regression) ซึ่งในการทดสอบปัจจัยในแบบจำลอง พบว่า มีข้อมูลสูญหาย (missing data) จากการตอบข้อมูลไม่ครบถ้วนในบางข้อคำถามของกลุ่มตัวอย่าง ทั้งสิ้น 343 คน ส่งผลให้จำนวนกลุ่มตัวอย่างคนทำงานในภาคการศึกษาในแบบจำลองการถดถอยโลจิสติกแบบทวิ คงเหลือจำนวน 1,685 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์

– ความตั้งใจลาออก ความตั้งใจลาออก เป็นตัวแปรที่ปรับมาจากข้อคำถาม “ถ้าท่านมีโอกาสเปลี่ยนสถานที่ทำงาน หรือองค์กรอื่นชวน ติดต่อไปทำงาน ท่านพร้อมที่จะไป หรือไม่” ซึ่งข้อคำถามนี้มีมาตรวัดแบบลิเคิร์ท 5 ระดับ (5–point Likert Scale) คือ 1) ไปแน่นอน ไปทันที 2) คิดว่าจะไป 3) ไม่แน่ใจ 4) ไม่ไป และ 5) ไม่ไปแน่นอน ซึ่งตัวแปรความตั้งใจลาออก ได้ควมรวมมาตรวัด และกำหนดรหัสตัวเลือกเหลือเพียง 2 ระดับ คือ 1 = ไปแน่นอน ไปทันที หรือ คิดว่าจะไป และ 0 = ไม่แน่ใจ หรือ ไม่ไป

– ความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร ความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร เป็นตัวแปรที่ปรับมาจากข้อคำถาม “ถ้าท่านมีโอกาสเปลี่ยนสถานที่ทำงาน หรือองค์กรอื่นชวน ติดต่อไปทำงาน ท่านพร้อมที่จะไป หรือไม่” ซึ่งข้อคำถามนี้มีมาตรวัดแบบลิเคิร์ท 5 ระดับ (5–point Likert Scale) คือ 1) ไปแน่นอน ไปทันที 2) คิดว่าจะไป 3) ไม่แน่ใจ 4) ไม่ไป และ 5) ไม่ไปแน่นอน ซึ่งตัวแปรความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร ได้ควมรวมมาตรวัด และกำหนดรหัสตัวเลือก เหลือเพียง 2 ระดับ คือ 1 = ไม่ไป หรือ ไม่ไปแน่นอน และ 0 = ไม่แน่ใจ คิดว่าจะไป ไปแน่นอน หรือไปทันที

– สมดุลชีวิตและการทำงาน สมดุลชีวิตและการทำงาน ประกอบด้วยตัวชี้วัด 3 ตัว คือ สมดุลด้านการมีส่วนร่วม (Involvement balance) สมดุลด้านความพึงพอใจ (Satisfaction balance) และสมดุลด้านเวลาที่ใช้ระหว่างงานกับชีวิต (Time balance) ตามแนวคิดของ Greenhaus และคณะ (2003) ตัวแปรสมดุลชีวิตและการทำงาน จึงเป็นการควมรวมตัวชี้วัด 16 ตัว ที่สอดคล้องกับองค์ประกอบทั้ง 3 ด้าน โดยวิธีการ factor analytic procedure

– สมดุลด้านการมีส่วนร่วม สะท้อนความรู้สึกร่วมของบุคลากรในการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจให้ข้อเสนอแนะ และมีส่วนในการพัฒนางานในองค์กร ทั้งในรูปแบบที่ไม่เป็นทางการ หรือในกิจกรรมที่เป็นทางการ สมดุลด้านการมีส่วนร่วมเป็นตัวแปรประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) ซึ่งนำมาจากชุดข้อคำถามที่แสดงความรู้สึกมีส่วนร่วมในงานที่ทำ มาดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) กำหนดค่า eigenvalue มากกว่า 1 โดยการทดสอบได้ค่า KMO เท่ากับ 0.854 และ ค่าการทดสอบ Bartlett's test of

sphericity มีค่า $P\text{-value} < 0.01$ แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน กลุ่มปัจจัยภายใต้กลุ่มตัวอย่างนี้ สามารถรวบรวมปัจจัยได้ 1 ปัจจัย ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของกลุ่มตัวแปรได้ 63.04%

- สมดุลด้านความพึงพอใจ สะท้อนความรู้สึกพึงพอใจในงานของบุคลากรในมิติต่าง ๆ ทั้งในภาพรวมขององค์กร สิ่งแวดล้อมการทำงาน สวัสดิการ และ รายได้ สมดุลด้านความพึงพอใจเป็นตัวแปรประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale)

- สมดุลด้านเวลา สะท้อนภาพการบริหารเวลาของบุคลากร โดยพิจารณาตัวชี้วัดที่ชี้ว่าชั่วโมงการทำงานมีความยาวนานมากน้อยเพียงใด และบุคลากรสามารถบริหารเวลาเพื่อทำกิจกรรมนอกเวลาทำงาน เช่น การเล่นกีฬา และสันทนาการกับครอบครัว และสังสรรค์กับเพื่อนฝูงได้มากน้อยเพียงใด สมดุลด้านเวลาเป็นตัวแปรประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) ซึ่งสมดุลด้านเวลาได้แยกออกเป็นปัจจัยด้านเวลาในการทำงาน และปัจจัยด้านเวลาในการพักผ่อนทางใจ

ผู้วิจัยได้นำข้อคำถามที่แสดงความรู้สึกพึงพอใจในงาน ชั่วโมงการทำงาน และการบริหารเวลาเพื่อความพักผ่อนทางใจ จำนวน 11 ข้อมาดำเนินการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis) ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis) กำหนดค่า eigenvalue มากกว่า 1 และหมุนแกนด้วยวิธี Varimax โดยการทดสอบได้ค่า KMO เท่ากับ 0.909 และค่าการทดสอบ Bartlett's test of sphericity มีค่า $P\text{-value} < 0.01$ แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน กลุ่มปัจจัยภายใต้กลุ่มตัวอย่างนี้ สามารถรวบรวมปัจจัยได้ 3 ปัจจัย ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของกลุ่มตัวแปรได้ 59.77%

ตัวแปรด้านประชากร

ตัวแปรด้านประชากร ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส และจำนวนบุตร

เพศ จำแนกเป็น เพศหญิง เพศชาย และเพศทางเลือก

อายุ เป็นตัวแปรประเภทอัตราส่วน (Ratio Scale) แสดงอายุที่แท้จริงของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นคนทำงาน กลุ่มตัวอย่างจึงมีอายุมากกว่า 15 ปีขึ้นไป

การศึกษา จำแนกเป็น ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี และสูงกว่าปริญญาตรี

สถานภาพสมรส จำแนกเป็น โสด แต่งงาน และหม้าย/หย่า/แยกทางกัน

จำนวนบุตร จำแนกเป็น ไม่มีบุตร มีบุตร 1-2 คน และ มีบุตร 3 คนขึ้นไป

ตัวแปรด้านการทำงาน

ตัวแปรด้านลักษณะการทำงาน ประกอบด้วย รายได้ และระยะเวลาในการทำงานในองค์กรปัจจุบัน

รายได้ หมายถึง ระดับรายได้ต่อเดือน ซึ่งรวมถึงค่าตอบแทนอื่นที่ได้จากการทำงานด้วย จำแนกเป็น ไม่เกิน 20,000 บาท 20,001-30,000 บาท 30,001-40,000 บาท และ 40,001 บาทขึ้นไป

ระยะเวลาในการทำงานในองค์กรปัจจุบัน จำแนกเป็น ไม่ถึงปี ระหว่าง 1 - 2 ปี ระหว่าง 3 - 5 ปี ระหว่าง 6 - 9 ปี และตั้งแต่ 10 ปี ขึ้นไป

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นบุคลากรหญิง (ร้อยละ 71.6) (ตารางที่ 3) กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 18 – 80 ปี อายุเฉลี่ยประมาณ 41 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับสูง โดยครึ่งหนึ่งจบการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 50.4) และมากกว่าหนึ่งในสามจบการศึกษาในระดับที่สูงกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 37.9) มีกลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 11.7 ที่มีการศึกษาสูงสุดในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะงานในภาคการศึกษาที่ต้องการบุคลากรที่มีความรู้ และทักษะ ในระดับที่จะสร้างองค์ความรู้และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้กับประเทศได้

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามลักษณะทางประชากร และปัจจัยการทำงาน

		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	เพศชาย	555	27.5
	เพศหญิง	1,445	71.6
	เพศทางเลือก	19	0.9
อายุ [mean (SD)]		40.75 (9.9)	
range 18–80			
การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	236	11.7
	ปริญญาตรี	1,021	50.4
	สูงกว่าปริญญาตรี	768	37.9

ความตั้งใจลาออก และคงอยู่กับองค์กรของคนทำงาน แปรผันไปตามภาคการทำงาน โดยในปี 2564 ร้อยละ 16.2 ของคนทำงานในองค์กรทุกภาคส่วนตั้งใจลาออก (ตารางที่ 4) โดยตั้งใจว่าจะย้ายงาน หรือเปลี่ยนงานทันที หากมีโอกาสเปลี่ยนสถานที่ทำงาน หรือองค์กรอื่นชวน ติดต่อไปทำงาน ในขณะที่ร้อยละ 43.3 ตั้งใจที่จะคงอยู่กับองค์กร โดยตั้งใจว่าจะไม่ย้ายงาน หรือไม่เปลี่ยนงานแน่นอน หากมีโอกาสเปลี่ยนสถานที่ทำงาน หรือองค์กรอื่นชวน ติดต่อไปทำงาน

ตารางที่ 2 ร้อยละความตั้งใจลาออก และคงอยู่กับองค์กร จำแนกตามภาคการทำงาน (N=20,980)

	ภาคการทำงาน	ความตั้งใจ		N
		ลาออก	คงอยู่	
1	M: กิจกรรมทางวิชาชีพ วิทยาศาสตร์ และเทคนิคอื่นๆ	24.7%	31.6%	786
2	R: ศิลปะ ความบันเทิง และนันทนาการ	22.6%	36.0%	603
3	N: กิจกรรมการบริหารและการบริการสนับสนุน	22.2%	39.5%	499
4	F: การก่อสร้าง	21.8%	42.3%	78
5	O: การบริหารราชการ และการป้องกันประเทศ	18.8%	41.3%	3,927
6	Q: กิจกรรมด้านสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์	18.7%	41.4%	2,243

	ภาคการทำงาน	ความตั้งใจ		N
		ลาออก	คงอยู่	
7	I: กิจกรรมโรงแรมและบริการด้านอาหาร	17.4%	42.1%	763
8	S: กิจกรรมบริการด้านอื่น	16.4%	37.3%	482
9	H: การขนส่ง และสถานที่เก็บสินค้า	15.3%	46.7%	137
10	G: การขายส่ง และการขายปลีก การซ่อมยานยนต์	15.3%	40.7%	1,047
11	E: การจัดหา การจัดการ และการบำบัดน้ำเสีย	14.8%	41.0%	461
12	C: การผลิต	14.5%	43.1%	5,138
13	P: การศึกษา	13.3%	51.4%	2,028
14	L: กิจกรรมอสังหาริมทรัพย์	12.6%	43.1%	239
15	D: ไฟฟ้า ก๊าซ ไอน้ำ และระบบปรับอากาศ	12.5%	51.2%	1,236
16	K: กิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย	11.3%	59.1%	203
17	J: ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร	10.0%	49.5%	1,110
รวมทุกภาคการทำงาน		16.2%	43.3%	20,980

หมายเหตุ คำนวณจากฐานข้อมูลการสำรวจความสุจริตคนทำงาน พ.ศ. 2564

เมื่อจำแนกตามภาคการทำงาน พบว่า ภาคอุตสาหกรรมด้านกิจกรรมทางวิชาชีพ วิทยาศาสตร์ และเทคนิคอื่น ๆ ภาคอุตสาหกรรมด้านศิลปะ ความบันเทิง และนันทนาการ ภาคอุตสาหกรรมด้านกิจกรรมการบริหารและการบริการสนับสนุน และ ภาคอุตสาหกรรมก่อสร้าง มีอัตราความตั้งใจลาออกที่สูง 4 ลำดับแรก โดยมีอัตราความตั้งใจลาออกสูงกว่าร้อยละ 20 ในขณะที่ ภาคอุตสาหกรรมด้านการเงินและการประกันภัย ภาคการศึกษา และ ภาคการไฟฟ้า ก๊าซ ไอน้ำ และระบบปรับอากาศ มีอัตราความตั้งใจคงอยู่ที่สูงที่สุด 3 ลำดับแรก โดยมีอัตราความตั้งใจคงอยู่สูงกว่าร้อยละ 50 ทั้งนี้เมื่อพิจารณาภาคการศึกษา พบว่า อัตราความตั้งใจลาออกค่อนข้างต่ำ และ อัตราความตั้งใจคงอยู่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับภาคการทำงานอื่น

เมื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออก และความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร ของกลุ่มบุคลากรภาคการศึกษา พบว่าสมมุติฐานที่ 1 ซึ่งช่วยลดโอกาสในการลาออกจากองค์กรของบุคลากรการศึกษา เมื่อมีโอกาสเปลี่ยนสถานที่ทำงาน หรือองค์กรอื่นชวนหรือติดต่อไปทำงาน และเพื่อโอกาสที่บุคลากรจะคงอยู่กับองค์กร ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบการถดถอยโลจิสติกแบบทวิ เพื่อทดสอบอิทธิพลของปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจลาออก และความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร ของกลุ่มบุคลากรภาคการศึกษา การทดสอบจำแนกแบบจำลองออกเป็น 2 ชุด คือ แบบจำลองการทำนาย (1) ความตั้งใจลาออก และ (2) ความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร ทั้งนี้ผลการทดสอบแบบจำลองทั้ง 2 ชุดพบว่า สมมุติฐานด้านการมีส่วนร่วม และสมมุติฐานด้านความพึงพอใจ มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออก โดยค่าคะแนนสมมุติฐานการมีส่วนร่วม และสมมุติฐานด้านความพึงพอใจ ที่เพิ่มขึ้น ช่วยลดโอกาสที่บุคลากรภาคการศึกษาจะตั้งใจลาออก (AOR

= 0.66 และ AOR = 0.45 ตามลำดับ) และ เพิ่มโอกาสในการตั้งใจที่จะคงอยู่กับองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (AOR = 1.43 และ AOR = 2.3 ตามลำดับ) ในขณะที่ สมดุลด้านเวลาที่ทำให้ระหว่างงานกับชีวิตในมิติด้านการพักผ่อนทางใจ ช่วยเพิ่มโอกาสที่บุคลากรจะคงอยู่กับองค์กร อย่างไรก็ตาม พบว่า สมดุลด้านเวลาที่ทำให้ระหว่างงานกับชีวิตในมิติด้านเวลาในการทำงานกลับไม่มีผลต่อทั้งโอกาสในการลาออก และไม่มีผลต่อความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกแบบทวิ แสดงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออก และ ความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร ของกลุ่มบุคลากรภาคการศึกษา

	ความตั้งใจ ลาออก		ความตั้งใจคงอยู่	
	Adjusted Odds	P	Adjusted Odds	P
	ratio		ratio	
สมดุลชีวิตกับการทำงาน				
สมดุลชีวิตกับการทำงาน	.680	.000	1.455	.000
ตัวแปรควบคุมด้านประชากร				
อายุ	.989	.144	1.018	.002
เพศ				
หญิง	(กลุ่มอ้างอิง)			
ชาย	.760	.138	1.334	.022
เพศทางเลือก	1.358	.666	.378	.168
การศึกษา				
สูงกว่าปริญญาตรี	(กลุ่มอ้างอิง)			
ต่ำกว่าปริญญาตรี	.763	.374	1.853	.003
ปริญญาตรี	.909	.615	.951	.706
สถานภาพสมรส				
โสด	(กลุ่มอ้างอิง)			
แต่งงาน	.933	.870	1.062	.839
หม้าย หย่า แยกทาง เลิกกัน	.585	.022	1.115	.523
จำนวนบุตร				
ไม่มีบุตร	(กลุ่มอ้างอิง)			
บุตร 1-2 คน	.907	.690	1.327	.095

	ความตั้งใจ		ความตั้งใจคงอยู่	
	ลาออก			
	Adjusted Odds	P	Adjusted Odds	P
	ratio		ratio	
บุตร 3 คน ขึ้นไป	.710	.584	1.487	.276
ตัวแปรด้านการทำงาน				
รายได้				
ไม่เกิน 20,000 บาท	(กลุ่มอ้างอิง)			
20,001–30,000 บาท	1.282	.252	.922	.614
30,001–40,000 บาท	1.179	.516	.975	.889
40,001 บาทขึ้นไป	1.248	.451	1.497	.038
ระยะเวลาในการทำงานที่องค์กรนี้				
น้อยกว่า 1 ปี	(กลุ่มอ้างอิง)			
ระหว่าง 1 – 2 ปี	.962	.915	.859	.584
ระหว่าง 3 – 5 ปี	1.142	.692	.737	.243
ระหว่าง 6 – 9 ปี	.926	.825	1.027	.922
ตั้งแต่ 10 ปี ขึ้นไป	.575	.121	1.309	.301
Constant	.333	.009	.289	.000
χ^2	202.541		411.760	
N	1,685		1,685	

ปัจจัยทางด้านประชากรมีผลต่อความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร ของกลุ่มบุคลากรภาคการศึกษา โดยอายุที่เพิ่มขึ้นจะเพิ่มความน่าจะเป็นที่บุคลากรจะคงอยู่กับองค์กร (AOR =1.02; P-value <0.05) ผู้ชายมีความน่าจะเป็นที่จะคงอยู่กับองค์กร มากกว่าผู้หญิง 1.38 เท่า บุคลากรที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความน่าจะเป็นที่จะคงอยู่กับองค์กร มากกว่าบุคลากรที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี 2.14 เท่า อย่างไรก็ตาม ปัจจัยทางด้านประชากรไม่มีผลต่อความตั้งใจลาออก อายุเพศและการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจลาออก ในกลุ่มคนทำงานภาคการศึกษา ในขณะที่สถานภาพสมรส และจำนวนบุตรของบุคลากรการศึกษาไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออก และความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรอย่างไรก็ตาม ปัจจัยทางด้านการงานไม่มีผลต่อความตั้งใจลาออกและความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรโดยระดับรายได้ และระยะเวลาในการทำงานกับองค์กร ไม่มีผลต่อความตั้งใจลาออก และความตั้งใจคงอยู่กับองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

คนทำงานบางส่วนมีความตั้งใจที่จะลาออกจากองค์กรที่ทำอยู่ในปัจจุบัน ประมาณหนึ่งในหกของคนทำงานในปี 2564 มีความตั้งใจที่จะลาออก ในขณะที่ประมาณครึ่งหนึ่งของคนทำงานยังคงตั้งใจที่จะคงอยู่กับองค์กร จะไม่ย้ายงานหากมีโอกาสเปลี่ยนสถานที่ทำงาน หรือองค์กรอื่นชวน ติดต่อไปทำงาน ทั้งนี้ ความตั้งใจลาออก และคงอยู่กับองค์กรของคนทำงาน แปรผันไปตามภาคการทำงาน สำหรับภาคการศึกษา พบว่า อัตราความตั้งใจลาออกค่อนข้างต่ำ และ อัตราความตั้งใจคงอยู่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับภาคอุตสาหกรรมอื่น อย่างไรก็ตาม ภาคการศึกษายังต้องเผชิญกับความท้าทายในเรื่องการลาออกของคนทำงานรุ่นใหม่ ผลการศึกษาชี้ว่า อัตราความตั้งใจลาออกเพิ่มสูงขึ้นเมื่อรุ่นประชากรเด็กเกิดมากว่าหนึ่งในสี่ของบุคลากรภาคการศึกษารุ่นประชากร Z มีความตั้งใจลาออก

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจลาออก และความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร ของกลุ่มบุคลากรภาคการศึกษา พบว่า สมดุลชีวิตกับการทำงานที่ดีขึ้น ช่วยลดโอกาสในการลาออกจากองค์กรของบุคลากรการศึกษา และช่วยเพิ่มโอกาสที่บุคลากรจะคงอยู่กับองค์กร โดย Lee และคณะ (2017) ได้ชี้ว่า สมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานเป็นปัจจัยสะท้อนคุณภาพชีวิตการทำงาน สมดุลชีวิตกับการทำงานที่ดีขึ้น บ่งบอกถึงคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดี ทำให้ผู้ปฏิบัติงานพึงพอใจในงาน ทำให้ไม่รู้สึกท้อหรือเหนื่อยที่จะต้องเปลี่ยนงาน จึงช่วยลดโอกาสในการลาออกจากองค์กร และช่วยเพิ่มโอกาสที่บุคลากรจะคงอยู่กับองค์กร ทั้งนี้ ระดับการมีส่วนร่วมในการทำงานของบุคลากร ความพึงพอใจในงาน และการได้มีเวลาในการพักผ่อนหย่อนใจ ช่วยเพิ่มโอกาสที่บุคลากรจะคงอยู่กับองค์กร ในขณะเดียวกัน ระดับการมีส่วนร่วมในการทำงานของบุคลากร และความพึงพอใจในงานช่วยลดโอกาสในการลาออกจากองค์กรของบุคลากรได้ โดยสมดุลด้านการมีส่วนร่วมจะทำให้คนทำงานมีความภาคภูมิใจ ซึ่งจะทำให้เขาไม่ต้องการลาออกจากองค์กร (Marks และ MacDermid, 1996) ในขณะที่สมดุลด้านความพึงพอใจ สะท้อนภาพความพึงพอใจในทุกมิติของชีวิต ซึ่งการบรรลุประสบการณ์ชีวิตในทุกมิติต้องอาศัยพลังกาย พลังใจ เวลา และ ความมุ่งมั่นของคนทำงานที่จะต้องจัดสรรระหว่างชีวิตและการทำงานอย่างดี (Kirchmeyer, 2000) ความพึงพอใจในทุกมิติของชีวิตนี้มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิต และเป็นตัวชี้วัดสำคัญของความอยู่ดีมีสุข (Lyness & Judiesch, 2008) เมื่องานเป็นส่วนหนึ่งที่น่ามาซึ่งความอยู่ดีมีสุข โอกาสที่คนงานจะมีความต้องการเปลี่ยนงานหรือย้ายงานก็ลดน้อยลง

อย่างไรก็ตาม พบว่า สมดุลด้านเวลาที่ให้ระหว่างงานกับชีวิตในมิติด้านเวลาในการทำงานกลับไม่มีผลต่อทั้งโอกาสในการลาออก และไม่มีผลต่อความตั้งใจคงอยู่กับองค์กร ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า การต้องรับผิดชอบงานที่หนัก การทำงานตรากตรำ หรือต้องใช้เวลานานในการทำงาน ไม่ได้ส่งผลที่จะทำให้บุคลากรภาคการศึกษาตั้งใจที่จะคงอยู่หรือลาออกจากองค์กรแต่อย่างใด

การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่ากลยุทธ์ในการรักษามูลค่าบุคลากรให้คงอยู่กับองค์กร ควรมุ่งให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลด้านการมีส่วนร่วม และสมดุลด้านความพึงพอใจเป็นหลัก เช่น การปรับปรุงระบบการ

ทำงานที่เปิดโอกาสให้บุคลากรได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น มีโอกาสร่วมวางแผนในการพัฒนา และ การปรับปรุงสภาพแวดล้อมและระบบสวัสดิการเพื่อให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงแรงงาน. (2565). *หนังสือสถิติแรงงานประจำปี 2564*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: กองเศรษฐกิจ การแรงงาน สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน.
- Acharya, K. P., Ghimire, T. R., & Subramanya, S. H. (2021). Access to and equitable distribution of COVID-19 vaccine in low-income countries. *npj Vaccines*, 6(1), 1-3.
- Aslani, F., & Fayyazi, M. (2015). The impact of work-life balance on employees' job satisfaction and turnover intention: the moderating role of continuance commitment. *International Letters of Social and Humanistic Sciences*, 51, 33-41.
- Becker, H. S. (1960). Notes on the concept of commitment. *American journal of Sociology*, 66(1), 32-40.
- Chen, M.L., Su, Z.Y., Lo, C.L., Chiu, C.H., Hu, Y.H., & Shieh, T.Y. (2014). An empirical study on the factors influencing the turnover intention of dentists in hospitals in Taiwan. *Journal of Dental Sciences*, 9, 332-344.
- Clark, S. C. (2000). Work/family border theory: a new theory of work/family balance. *Human Relations*, 53, 747-770.
- Digilio, J. & Toiaivao, C. (2022). The Great Resignation: Obstacle or Opportunity?. *AALL SPECTRUM*. Retrieved March 20, 2022, from <https://aallspectrum.aallnet.org/html5/reader/production/default.aspx?pubname=&edid=01daf59e-2a1b-4ce0-a5a2-5b2820813a7f&pnum=22>
- Di Stefano, G., & Gaudiino, M. (2019). Workaholism and work engagement: How are they similar? How are they different? A systematic review and meta-analysis. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 28(3), 329-347.
- Greenhaus, J. H., Collins, K. M., & Shaw, J. D. (2003). The relation between work-family balance and quality of life. *Journal of Vocational Behavior*, 63(3), 510-531.
- Grzywacz, J. G., & Carlson, D. S. (2007). Conceptualizing work-family balance: Implications for practice and research. *Advances in Developing Human Resources*, 9, 455- 471.
- Hassan, M., Jambulingam, M., Alam, M. N., & Islam, S. (2019). Redesigning the retention strategy against the emerging turnover of Generation Y: Revisiting the long-standing problems from 20Th to 21St century. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(2), 1-16.
- Hill, E., Hawkins, A. J., Ferris, M., & Weitzman, M. (2001). Finding an extra day a week: The positive influence of perceived job flexibility on work and family life balance. *Family Relations*, 50, 49-58.

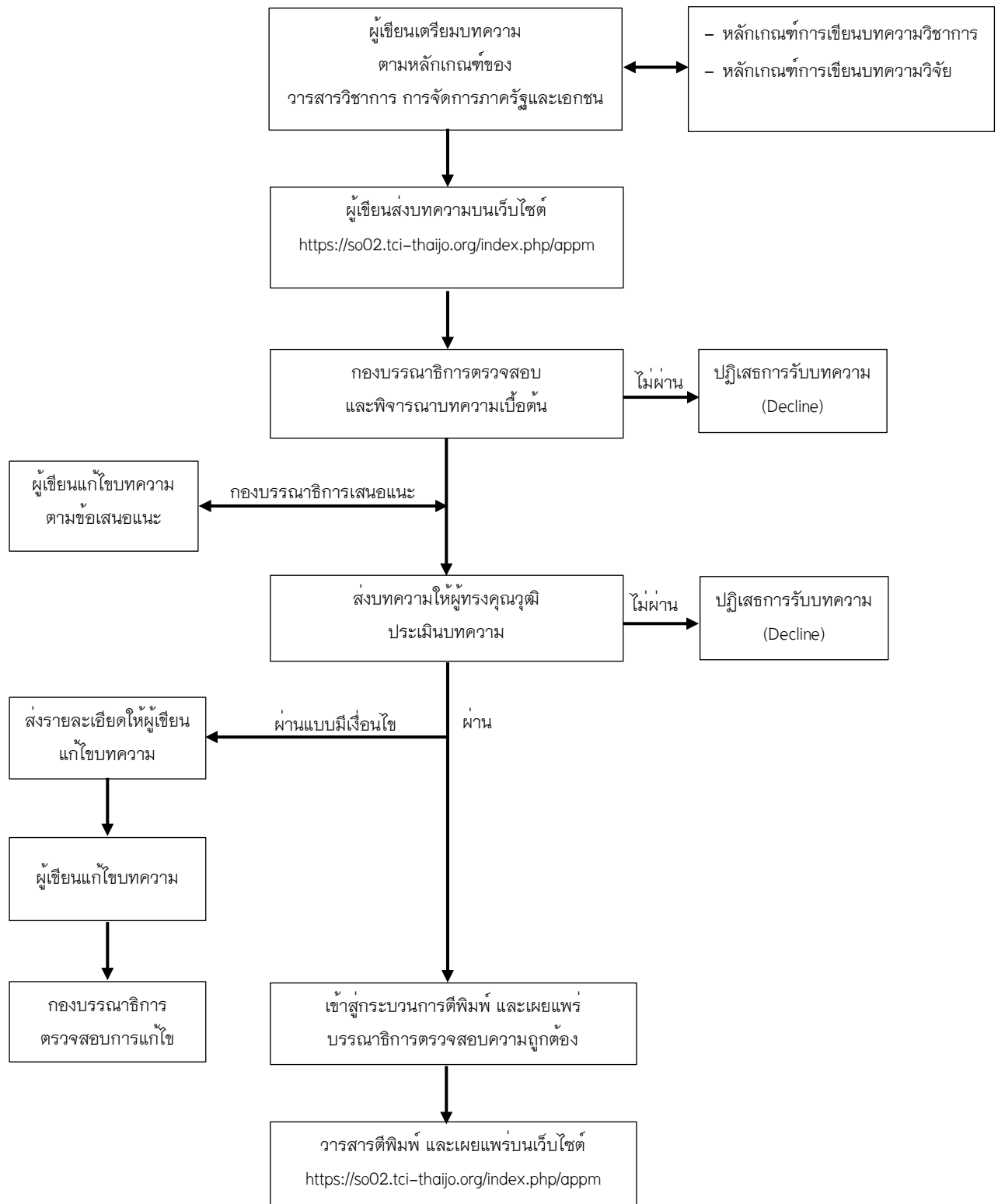
- Hom, P. W. & Griffeth, R. W. (1995). The employee turnover process. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 13, 245–293.
- Jaharuddin, N. S., & Zainol, L. N. (2019). The Impact of Work–life Balance on Job Engagement and Turnover Intention. *The South East Asian Journal of Management*, 13(1), 7.
- Jermstittiparsert, K., & Urairak, B. (2019). Exploring the Nexus between Emotional dissonance, Leadership, Organizational Commitment, Job Satisfaction and Intention to Leave among Medical Professionals in Thailand. *Utopía y Praxis Latinoamericana*, 24(6), 378–386.
- Joao, T.F., & Coetzee, M. (2012). Job Retention Factors, Perceived Career Mobility and Organisational Commitment in the South African Financial Sector. *Journal of Psychology in Africa*, 22(1), 69–76.
- Kaya, H. & Abdioğlu, H. (2010). An Empirical Study on Employee Turnover Tendency. *Todade's Review of Public Administration*, 4(4), 141–183.
- Kelliher, C., Richardson, J., & Boiarintseva, G. (2019). All of work? All of life? Reconceptualising work–life balance for the 21st century. *Human Resource Management Journal*, 29(2), 97–112.
- Kirchmeyer, C. (2000). Work–life initiatives: Greed or benevolence regarding workers' time? In C. L. Cooper & D. M. Rousseau (Eds.), *Trends in organizational behavior: Time in organizational behavior* (Vol. 7, pp. 79–93). Chichester, United Kingdom: Wiley.
- Kumar, R. (2011). Turn over issues in the textile industry in Ethiopia: A case of Arba Minch Textile Company. *African Journal of Marketing Management*, 3(2), 32–44.
- Lee, Y.W., Dai, Y.T., Chang, M.Y., Chang, Y.C., Yao, K.G., & Liu, M.C. (2017). Quality of Work Life, Nurses' Intention to Leave the Profession, and Nurses Leaving the Profession: A One–Year Prospective Survey. *Journal of Nursing Scholarship*, 49 (4), pp. 438–444.
- Lyness, K. S., & Judiesch, M. K. (2008). Can a manager have a life and a career? International and multisource perspectives on work–life balance and career advancement potential. *Journal of Applied Psychology*, 93, 789–805.
- Marks, S. R., & MacDermid, S. M. (1996). Multiple roles and the self: A theory of role balance. *Journal of Marriage and the Family*, 58, 417–432.
- Modau, F. D., Dhanpat, N., Lugisani, P., MaboJane, R., & Phiri, M. (2018). Exploring Employee Retention and Intention to Leave within a call Centre. *SA Journal of Human Resource Management*, 16(1), 1–13.
- Montana, P. J., & Petit, F. (2008). Motivating Generation X and Y on the job and preparing Z. *Global Journal of Business Research*, 2(2), 139–148

- Nadiri, H. & Tanova, C. (2010). An investigation of the role of justice in turnover intentions, job satisfaction, and organization citizenship behavior in hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 29, 33–41.
- Ngamkroekjoti C. et al (2012). Determinant Factors of Turnover Intention: A case study of Air Conditioning Company in Bangkok, Thailand. *International Conference on Trade, Tourism and Management (ICTTM'2012)* December 21–22, 2012 Bangkok (Thailand).
- Phuekphan, P., Aungsuroch, Y., & Yunibhand, J. (2021). A Model of Factors Influencing Intention to Leave Nursing in Thailand. *Pacific Rim International Journal of Nursing Research*, 25(3), 407–420.
- Pierre, X., & Tremblay, D.G. (2011). Levels of Involvement and Retention of Agents in Call Centres: Improving well-being of employees for the Better Socioeconomic Performance. *Journal of Management Policy & Practice*, 12(5), 53–71.
- Robert Walters. (2022). *The Great Resignation Reality Check*. Retrieved March 20, 2022, from <https://www.robertwalters.co.th/great-resignation-reality-check.html>
- Serenko, A. (2022). The Great Resignation: the great knowledge exodus or the onset of the Great Knowledge Revolution?. *Journal of Knowledge Management*, <https://doi.org/10.1108/JKM-12-2021-0920>
- Shamsuzzoha, A., & Shumon, R. H. (2013). Employee Turnover—a Study of its Causes and Effects to Different Industries in Bangladesh. 63–64.
- Smit, W., Stanz, K., & Bussin, M. (2015). Retention Preferences and the Relationship between Total Rewards, Perceived Organizational Support and Perceived Supervisor Support. *SA Journal of Human Resource Management*, 30(2), 1–13.
- US Bureau of Labor Statistics. (2021). *Economic News Releases*. Retrieved March 20, 2022, from <https://www.bls.gov/bls/newsrels.htm>
- Yam, L., & Raybould, M. (2019, April). Exploring the Job Embeddedness Construct as a Predictor of Intention to Leave in Hospitality Workers. In *The 3rd International Conference on Tourism and Business 2019*.
- YPulse. (2021). *Why The Great Resignation is Happening in Western Europe Too?*. Retrieved March 20, 2022, from <https://www.ypulse.com/article/2021/11/02/why-the-great-resignation-is-happening-in-western-europe-too/#>

**รายนามผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ
วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน
ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 กันยายน-ธันวาคม 2565**

รศ.ดร.สัญญา เคนาภูมิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
รศ.ดร.ลักษมี งามมีศรี	วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ผศ.ดร.สมชาย ดำเนิน	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ผศ.ดร.ฐิติมา ให้อย่าง	วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ผศ.ดร. ยงยุทธ ขำคง	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
ผศ.ดร.สิทธิพันธ์ พุทธหนู	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผศ.ดร.สาโรจน์ เผ่าวงศ์กุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
ผศ.ดร.สุเชาว์ มีหนองหว้า	วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ผศ.ดร.รักเกียรติ หงษ์ทอง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
ผศ.ดร.เฉลิมพล มีชัย	วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ดร.สมพงษ์ เกษานุช	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
ดร.เพิ่มทรัพย์ เวชสุกรรม	บริษัท ตรวจสอบภายในธรรมาภิบาล จำกัด
ดร.รุ่งโรจน์ สงสระบุญ	มหาวิทยาลัยสยาม
ดร.วัฒนา นนทชิต	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ขั้นตอนการส่งบทความตีพิมพ์ วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน



จริยธรรมการตีพิมพ์วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน

มาตรฐานทางจริยธรรมของผู้เขียนบทความ

1. ผู้เขียนบทความจะต้องมีความรับผิดชอบและรับรองว่า บทความที่ส่งมาขอรับการตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน จะต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น ๆ
2. ผู้เขียนบทความจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การเสนอบทความวิชาการหรือบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชนอย่างเคร่งครัด รวมทั้งระบบการอ้างอิงต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของวารสาร
3. ผู้เขียนจะต้องปรับแต่ง แก้ไขบทความให้ถูกต้องตามรูปแบบของวารสารในหัวข้อ “คำแนะนำสำหรับผู้เขียน” โดยเฉพาะหัวข้อ รูปแบบของการจัดเตรียมต้นฉบับ อันจะนำไปสู่บทความที่มีรูปแบบการตีพิมพ์ที่ได้มาตรฐานเดียวกัน
4. ผู้เขียนจะต้องคำนึงถึงจริยธรรมการวิจัย คือต้องไม่ละเมิดหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเอง ทางซึ่งวารสารได้กำหนดความซ้ำของผลงาน ด้วยโปรแกรม CopyCat เวิร์บ Thaijo โดยทางวารสารได้กำหนดค่าไว้ในระดับ ไม่เกิน 20% โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 30 เดือนมิถุนายน 2562 เป็นต้นไป
5. ผู้เขียนซึ่งมีชื่อปรากฏอยู่ในบทความจะต้องเป็นผู้มีส่วนในการจัดทำบทความหรือมีส่วนในการดำเนินการวิจัย ซึ่งข้อนี้ ขอสงวนสำหรับบุคคลที่ไม่ได้มีส่วนร่วมในการจัดทำบทความจะไม่อนุญาตให้ใส่ชื่อลงไปเด็ดขาด หากมีการตรวจสอบพบว่า มีบุคคลที่ไม่มีส่วนร่วมในการจัดทำบทความปรากฏอยู่ ทางวารสาร จะถอนบทความนั้นออกทันที
6. ผู้เขียนจะต้องมีความรับผิดชอบในการอ้างอิงเนื้อหาใน ผลงาน ภาพ หรือตาราง หากมีการนำมาใช้ในบทความของตนเอง โดยให้ระบุ “ที่มา” เพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ (หากมีการฟ้องร้องจะเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว ทางวารสารจะไม่รับผิดชอบใด ๆ ทั้งสิ้น) และจะดำเนินการถอนบทความออกจากการเผยแพร่ของวารสารทันที
7. ผู้เขียนจะต้องตรวจสอบความถูกต้องของรายการเอกสารอ้างอิง ทั้งในแง่ของรูปแบบและเนื้อหา และไม่ควรนำเอกสารวิชาการที่ไม่ได้อ่านมาอ้างอิง หรือใส่ไว้ในเอกสารอ้างอิง และควรอ้างอิงเอกสารเท่าที่จำเป็นอย่างเหมาะสม ไม่ควรอ้างอิงเอกสารที่มากเกินไป รวมทั้งต้องอ้างอิงจากรูปแบบการอ้างอิงของบทความ โดยจะต้องมีการอ้างอิงตรงตามรูปแบบที่วารสารกำหนดไว้
8. ผู้เขียนจะต้องปรับปรุงแก้ไขบทความตามผลประเมินจากผู้ประเมินบทความและกองบรรณาธิการ ให้แล้วเสร็จภายในเวลาที่กำหนด หากไม่ปรับปรุงตามที่กำหนดจะต้องเลื่อนการตีพิมพ์เผยแพร่ออกไป หรือ อาจถูกปฏิเสธการเผยแพร่บทความ

9. ผู้เขียนควรระบุชื่อแหล่งทุนที่ให้การสนับสนุนในการทำวิจัย (ถ้ามี) และควรระบุผลประโยชน์ทับซ้อน (ถ้ามี)

10. ผู้เขียนจะต้องไม่รายงานข้อมูลที่คลาดเคลื่อนจากความเป็นจริง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างข้อมูลเท็จ หรือการปลอมแปลง บิดเบือน รวมไปถึงการตกแต่ง หรือ เลือกแสดงข้อมูลเฉพาะที่สอดคล้องกับข้อสรุป

11. ผู้เขียนไม่ควรอ้างอิงเอกสารที่ถูกถอดถอนออกไปแล้ว เว้นแต่ข้อความที่ต้องการสนับสนุนนั้นเป็นข้อความที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการถอดถอน และจะต้องระบุไว้ใน เอกสารอ้างอิงด้วยว่าเป็นเอกสารที่ได้ถูกถอดถอนออกไปแล้ว

มาตรฐานทางจริยธรรมของบรรณาธิการ

1. บรรณาธิการจะต้องกำกับติดตามดูแลให้การดำเนินงานของวารสาร เป็นไปตามนโยบาย และวัตถุประสงค์ให้ถูกต้องตามจริยธรรม/จรรยาบรรณ ตามประกาศของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) เรื่องการประเมินด้านจริยธรรม/จรรยาบรรณวารสารวิชาการไทยในฐานข้อมูล TCI วันที่ 24 มิถุนายน 2562

2. บรรณาธิการจะต้องกำกับติดตามดูแล และดำเนินการอย่างเหมาะสมกับผู้พิมพ์หรือบทความที่ตรวจพบว่ามีผลกระทบด้านจริยธรรม/จรรยาบรรณ เช่น การละเมิดหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเอง ทางซึ่งวารสารได้กำหนดความซ้ำของผลงาน ด้วยโปรแกรม CopyCat เว็บ Thaijo โดยทางวารสารได้กำหนดค่าไว้ในระดับ ไม่เกิน 20% เป็นต้น

3. บรรณาธิการต้องกำกับติดตามดูแล การตีพิมพ์เผยแพร่บทความที่มี conflict of interest เช่น การตีพิมพ์เผยแพร่บทความของตนเอง(บรรณาธิการหรือหัวหน้ากองบรรณาธิการ) อย่างมีนัยสำคัญ หรือ ไม่มีการตรวจสอบคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์โดยผู้ทรงคุณวุฒิที่ไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับบทความ เป็นต้น

4. บรรณาธิการมีหน้าที่ควบคุมดูแลและพิจารณาคุณภาพของบทความ เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร และต้องคัดเลือกบทความมาตีพิมพ์หลังจากผ่านกระบวนการประเมินบทความแล้ว โดยพิจารณาจากความชัดเจน และความสอดคล้องของเนื้อหา กับนโยบายของวารสารเป็นสำคัญ และจะต้องมีข้อความรู้ที่สะท้อนมุมมอง แนวคิดเชิงทฤษฎีที่ได้จากประสบการณ์ การสังเคราะห์เอกสาร หรืองานวิจัย มุ่งเน้นการนำเสนอแนวคิดทฤษฎีใหม่รวมถึงแบบจำลองเชิงแนวคิด (Conceptual Model) ที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันจะนำไปสู่การวิจัยในหัวข้อวิชาการที่สำคัญ

5. บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้เขียน และผู้ประเมินบทความแก่บุคคลอื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องในช่วงเวลาของการประเมินบทความ ซึ่งวารสารได้กำหนดในลักษณะปกปิดรายชื่อ (Double blind peer-reviewed)

6. บรรณาธิการต้องไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์ที่อื่นมาแล้ว โดยต้องมีการตรวจสอบการคัดลอกผลงานผู้อื่น (Plagiarism) อย่างจริงจัง และใช้โปรแกรมที่เชื่อถือได้เช่น โปรแกรม CopyCat เว็บ Thaijo ในระดับ ไม่เกิน 20% เพื่อให้แน่ใจว่า บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารไม่มีการคัดลอกผลงานของผู้อื่น และหากตรวจพบ การคัดลอกผลงานของผู้อื่น เกินตามที่กำหนดไว้ จะต้องหยุดกระบวนการประเมิน และติดต่อผู้เขียนบทความหลักทันที เพื่อขอคำชี้แจง เพื่อประกอบการ “ตอบรับ” หรือ “ปฏิเสธ” การตีพิมพ์บทความนั้น ๆ

7. บรรณาธิการจะต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียน และผู้ประเมิน โดยเด็ดขาด เพื่อรักษาไว้ซึ่งธรรมาภิบาลในการดำเนินงานอย่างเคร่งครัด

8. บรรณาธิการต้องไม่นำข้อมูลบางส่วนหรือทุกส่วนของบทความไปเป็นผลงานของตนเอง

9. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานวิจัยที่มีระเบียบวิธีวิจัยที่ถูกต้อง และให้ผลที่น่าเชื่อถือ โดยนำผลของการวิจัยมาเป็นตัวชี้ว่า สมควรตีพิมพ์เผยแพร่หรือไม่

10. หากบรรณาธิการตรวจพบว่า บทความมีการลอกเลียนบทความอื่นโดยมิชอบ หรือมีการปลอมแปลงข้อมูล ซึ่งสมควรถูกถอดถอน แต่ผู้เขียนปฏิเสธที่จะถอนบทความ บรรณาธิการสามารถดำเนินการถอนบทความได้โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากผู้เขียนซึ่งถือเป็นสิทธิและความรับผิดชอบต่อบทความของบรรณาธิการ

11. บรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาความสามารถของกองบรรณาธิการ และควรมอบหมายงานให้ตรงกับความสามารถของแต่ละท่าน

12. บรรณาธิการต้องกำกับติดตามดูแล ทั้งด้วยตนเองและคณะทำงานในเรื่องจำนวน และคุณภาพการอ้างอิงของวารสารที่ผิดไปจากสภาพความเป็นจริง เช่น มีการกำกับและร้องขอให้มีการอ้างอิงบทความในวารสารทั้งในลักษณะลับหรือเปิดเผย และมีการใช้อ้างอิงที่ไม่ถูกต้องและสอดคล้องกับเนื้อหา

13. บรรณาธิการต้องกำกับติดตามดูแล การเก็บค่า Page charge หรือ processing fee คือ ต้องมีการดำเนินการอย่างโปร่งใส เช่น กำหนดให้มีการประกาศกระบวนการเรียกเก็บอย่างชัดเจน หรือ ระบุราคาหรือเงื่อนไขของการเรียกเก็บค่า Page charge ตามที่ระบุได้ประกาศไว้อย่างเคร่งครัด

มาตรฐานทางจริยธรรมของผู้ประเมินบทความ

1. ผู้ประเมินบทความควรมีจรรยาบรรณคือ ต้องรับประเมินบทความที่ตนเองนั้นมีความถนัด หรือมีคุณวุฒิหรือมีความเชี่ยวชาญกับเรื่องหรือบทความที่ได้รับการประเมินนั้น ๆ ผู้ประเมินบทความควรประเมินบทความในสาขาวิชาที่ตนมีความเชี่ยวชาญ โดยพิจารณาความสำคัญของเนื้อหาในบทความที่มีต่อสาขานั้น ๆ คุณภาพของการวิเคราะห์ และความเข้มข้นของผลงานหรือระบุผลงานวิจัยที่สำคัญ ๆ และสอดคล้องกับบทความที่กำลังประเมิน แต่ผู้เขียนบทความไม่ได้อ้างถึง เข้า

ไปในการประเมินบทความด้วยผู้ประเมินไม่ควรใช้ความคิดเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลรองรับมาเป็นเกณฑ์ในการตัดสินบทความ และควรปฏิเสธในบทความที่ตนเองนั้นไม่ถนัด

2. ผู้ประเมินบทความควรมีจรรยาบรรณคือ แนะนำความคิดเห็นทางวิชาการของตนเอง ลงในแบบฟอร์มการประเมินหรือเนื้อหาในบทความ ด้วยความยุติธรรม ไม่อคติ ตรงไปตรงมา ไม่ลำเอียง รวมทั้งตรงต่อเวลาตามที่วารสารกำหนดในการประเมิน

3. ผู้ประเมินบทความควรมีจรรยาบรรณคือต้องรักษาความลับและไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาให้แก่บุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ รวมถึงหลังจากที่พิจารณาประเมินบทความเสร็จแล้ว

4. หลังจากได้รับบทความจากบรรณาธิการวารสาร และผู้ประเมินบทความ ตระหนักว่าตนเองอาจมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้พิมพ์ที่ทำให้ไม่สามารถให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างอิสระได้ ผู้ประเมินบทความควรแจ้งให้บรรณาธิการวารสารทราบและปฏิเสธการประเมินบทความนั้น ๆ

5. ผู้ประเมินบทความ ควรคำนึงถึงการพิจารณาในหัวข้อ ชื่อเรื่อง หากเป็นบทความวิชาการสามารถพิจารณาให้แก้ไขชื่อเรื่องได้ แต่หากเป็นบทความวิจัย ควรพิจารณาเฉพาะความผิดพลาดด้านตัวสะกด และไม่ควรมีการพิจารณาให้เปลี่ยนชื่อเรื่องบทความวิจัย

6. ผู้ประเมินบทความต้องไม่นำข้อมูลบางส่วนหรือทุกส่วนของบทความไปเป็นผลงานของตนเอง

7. เมื่อผู้ประเมินบทความพบว่า มีส่วนใดของบทความ ที่มีความเหมือนกัน หรือซ้ำซ้อนกับผลงานชิ้นอื่น ๆ ผู้ประเมินบทความต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบ พร้อมแสดงหลักฐานให้เห็นเป็นประจักษ์

คำแนะนำสำหรับผู้แต่ง

บทความที่ส่งมาขอรับการตีพิมพ์จะต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น ผู้เขียนบทความจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การเสนอบทความวิชาการหรือบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสาร อย่างเคร่งครัด รวมทั้งระบบการอ้างอิงต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของวารสาร

ทัศนะและความคิดเห็นที่ปรากฏในบทความในวารสาร ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความนั้น และไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการวารสาร รวมทั้งผู้เขียนจะต้องคำนึงถึงจริยธรรมการวิจัย ไม่ละเมิดหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่นมาเป็นของตนเอง ซึ่งทางวารสารได้กำหนดความซ้ำของผลงาน ด้วยโปรแกรม CopyCat เวอร์ชัน Thaijo ในระดับ ไม่เกิน 20% โดยมีผลตั้งแต่ เดือน มิถุนายน 2564 เป็นต้นไป

การจัดเตรียมต้นฉบับ

1) ต้นฉบับบทความต้องมีความยาว 10 – 15 หน้ากระดาษ A4 (รวมเอกสารอ้างอิง) พิมพ์บนกระดาษหน้าเดียว ภาษาไทยใช้ตัวอักษรแบบ TH Niramit AS ตั้งค่าหน้ากระดาษโดยเว้นขอบบน ขอบซ้าย 1 นิ้ว และขอบขวา ขอบล่าง 1 นิ้ว กำหนดระยะห่างระหว่างบรรทัดเท่ากับ 1 และเว้นบรรทัดระหว่างแต่ละย่อหน้า การนำเสนอรูปภาพและตาราง ต้องนำเสนอรูปภาพและตารางที่มีความคมชัด พร้อมระบุหมายเลขกำกับรูปภาพไว้ด้านล่าง พิมพ์เป็นตัวหนาเช่นตาราง 1 หรือ Table 1 และ รูป 1 หรือ Figure 1 รูปภาพที่นำเสนอต้องมีรายละเอียดของข้อมูลครบถ้วนและเข้าใจได้โดยไม่ต้องกลับไปอ่านที่เนื้อความอีก ระบุลำดับของรูปภาพทุกรูปให้สอดคล้องกับเนื้อหาที่อยู่ในต้นฉบับ โดยคำอธิบายต้องกระชับและสอดคล้องกับรูปภาพที่นำเสนอ

2) ชื่อเรื่องต้องมีภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พิมพ์ไว้หน้าแรกตรงกลาง

3) ชื่อผู้เขียน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ระบุชื่อต้นสังกัด หรือชื่อหน่วยงาน

4) มีบทคัดย่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ไม่เกิน 300 คำตอบบทคัดย่อ

5) กำหนดคำสำคัญ (Keywords) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ (3 – 5 คำ)

6) การเรียงหัวข้อ หัวข้อใหญ่สุด ให้พิมพ์ชิดขอบด้านซ้าย หัวข้อย่อยเว้นห่างจาก หัวข้อใหญ่ 3-5 ตัวอักษร พิมพ์ตัวที่ 6 และหัวข้อย่อยขนาดเดียวกัน ต้องพิมพ์ให้ตรงกัน เมื่อขึ้นหัวข้อใหญ่ ควรเว้นระยะพิมพ์ เพิ่มอีก 0.5 ช่วงบรรทัด

7) การใช้ตัวเลขคำย่อ และวงเล็บ ควรใช้ตัวเลขอารบิกทั้งหมด ใช้คำย่อที่เป็นสากลเท่านั้น (ระบุคำเต็มไว้ในครั้งแรก) การวงเล็บภาษาอังกฤษ ควรใช้ดังนี้ (Student centred learning)

การอ้างอิงเอกสารในบทความ

เอกสารที่นำมาอ้างอิงควรได้มาจากแหล่งที่มีการตีพิมพ์ชัดเจน อาจเป็นวารสาร หนังสือหรือข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตก็ได้ ทั้งนี้ผู้เขียนบทความต้องเป็นผู้รับผิดชอบต่อความถูกต้องของเอกสารอ้างอิงทั้งหมด ก่อนส่งต้นฉบับผู้เขียนบทความควรตรวจสอบถึงความถูกต้องของการอ้างอิงเอกสาร เพื่อป้องกันความล่าช้าในการตีพิมพ์บทความ เนื่องจากบทความที่การอ้างอิงไม่ถูกต้องจะไม่ได้รับการส่งต่อเพื่อพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิจนกว่าการอ้างอิงเอกสารจะได้รับการแก้ไขให้ถูกต้อง สำหรับการอ้างอิงเอกสารในบทความนั้น ใช้ระบบ APA 6th ให้ใช้ระบบตัวอักษรโดยใช้วงเล็บ เปิด-ปิด แล้วระบุชื่อ-นามสกุล ของผู้เขียนและเลขหน้าของเอกสารที่นำมาอ้างอิง กำกับท้ายเนื้อความที่ได้อ้างอิงเอกสารที่อ้างอิงในบทความจะต้องปรากฏในเอกสารอ้างอิงท้ายบทความทุกรายการ และเจ้าของบทความต้องรับผิดชอบถึงความถูกต้องของเอกสารที่นำมาอ้างอิงทั้งหมด โดยรูปแบบของการอ้างอิงเอกสาร มีดังนี้

อ้างอิงจากเอกสารภาษาไทย

- 1) ผู้แต่งหนึ่งรายชื่อผู้แต่ง เครื่องหมายจุลภาค (,) ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (พระมหาหรรษา ธมฺมหาโส, 2554)
- 2) ผู้แต่ง 1 – 3 รายชื่อผู้แต่งสองรายชื่อ เครื่องหมายจุลภาค (,) ตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (พระมหาสุทนต์ อภากริ และ เขมณัฏฐ์ อินทรสุวรรณ, 2553) หากมีเอกสารที่นำมาอ้างอิงมากกว่า 1 รายการให้ใช้เครื่องหมายอัฒภาค (;) คั่นระหว่างรายการอ้างอิง เช่น (สมภาร พรหมทา, 2548; ธนิต อยู่โพธิ์, 2550)
- 3) ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 3 รายชื่อผู้แต่งรายแรก เว้นวรรคหนึ่งครั้ง เพิ่มคำว่า และคณะ เช่น (สนิท ศรีดำแดงและคณะ, 2548)
- 4) ให้เรียงลำดับการอ้างอิงตามลำดับพยัญชนะตัวแรกของชื่อผู้แต่ง เช่นเดียวกับลำดับการอ้างอิงในส่วนเอกสารอ้างอิง

อ้างอิงจากเอกสารภาษาอังกฤษ

- 1) ถ้ามีผู้แต่งหนึ่งรายชื่อผู้แต่ง เครื่องหมายจุลภาค ปีที่พิมพ์ เช่น (Keown, 2003)
- 2) ถ้ามีผู้แต่งสองรายชื่อผู้แต่งสองรายชื่อ เครื่องหมายจุลภาค ปีที่พิมพ์ เช่น (Hersey & Blanchard, 2000) และให้ใช้เครื่องหมายอัฒภาค (;) คั่นกลางระหว่างเอกสารที่นำมาอ้างอิงมากกว่า 1 เอกสาร เช่น (Keown, 2003; Hersey & Blanchard, 2000)

- 3) ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 รายให้อ้างนามสกุลของผู้แต่งรายแรก ตามด้วย et al., ปีที่พิมพ์ (Kaiser et al., 2008)
- 4) ให้เรียงลำดับการอ้างอิงชื่อผู้แต่ง

เอกสารอ้างอิง

(1) หนังสือ

รูปแบบ : ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อหนังสือ. / (ครั้งที่พิมพ์). /สถานที่พิมพ์:/สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์

ตัวอย่าง : บุญธรรม กิจปริดาภิสุทธิ. (2551). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 10).

กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.

(2) บทความจากวารสาร

รูปแบบ : ผู้แต่ง./ (ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./ปีที่/(ฉบับที่), /เลขหน้าแรกที่ตีพิมพ์-เลขหน้าสุดท้ายที่ตีพิมพ์.

ตัวอย่าง : กัญญาวิร มหาสนิท. (2562). การเปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาดเพื่อตัดสินใจเข้าศึกษาในโรงเรียนเอกชน ระดับประถมศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาเอกชน (สช.). *วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 2(3), 1-10.

Mogkaew, P. (2019). Construction of Dhammanamai Principles in Treatment of Thai Traditional Medicine of Prongmadaue Community, Muang District, Nakhonpathom Province. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*, 2(3), 45-58.

(3) วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย

รูปแบบ : ชื่อผู้เขียน./ (ปีพิมพ์)./ชื่อวิทยานิพนธ์/(ระดับวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์/หรือการค้นคว้าแบบอิสระ). ชื่อมหาวิทยาลัย.

ตัวอย่าง : สุนันทา ภัคดีไทย. (2561). *องค์ประกอบ ตัวชี้วัด และปัจจัยเชิงสาเหตุของความเป็นพลเมืองของนักเรียนอาชีวศึกษา ในโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น*(ดุขฎิณิพนธ์ครุศาสตรดุขฎิบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

Kittichayathorn, P. (2012). *Styles and Steps of Community Management Movement for Drug Problem Prevention Learning Center: A Case of Thorraneekum, KhokFaet, Nong Chok, Bangkok*(Doctoral Dissertation). National Institute of Development Administration.

(4) สื่อออนไลน์

รูปแบบ: ผู้แต่ง.// (วันที่ เดือน ปีที่เผยแพร่).// ชื่อบทความ.// สืบค้นเมื่อ วันที่ เดือน ปี./ จาก แหล่งที่อยู่ไฟล์ (URL) ตัวอย่าง : พระศรีคัมภีรญาณ (สมจินต์ สมมาปัญญา). (1 พฤษภาคม 2555). *การจัดการศาสนาและวัฒนธรรมในอุษาคเนย์เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสันติ*. สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2556, จาก [https://www.mcu.ac.th/site/articlecontent_desc.php?Article_id=1304 & articlegroup_id=274](https://www.mcu.ac.th/site/articlecontent_desc.php?Article_id=1304&articlegroup_id=274)

Doyle, M. W. (22 June 2004). *Liberal Internationalism: Peace, War and Democracy*. Retrieved September 2, 2013, from [https://www. Nobelprize.org/nobel_prizes/ themes/peace/doyle/index.html](https://www.Nobelprize.org/nobel_prizes/themes/peace/doyle/index.html)

หลักเกณฑ์การเขียนบทความวิจัย

การเขียนบทความวิจัย ให้เรียงลำดับสาระ ดังนี้

1) บทคัดย่อ

2) บทนำ

3) วัตถุประสงค์การวิจัย

4) สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี)

5) การทบทวนวรรณกรรม เขียนควรอธิบายถึงผลการสืบค้นเอกสาร บทความ การวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงให้เห็นถึง “ช่องว่างของความรู้” (knowledge gap) ที่ยังไม่ถูกพิจารณา

6) กรอบแนวคิดการวิจัย

5) ระเบียบวิธีวิจัย ระบุแบบแผนการวิจัย การได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างและการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

6) ผลการวิจัย/ผลการทดลอง เสนอผลที่พบตามวัตถุประสงค์การวิจัยตามลำดับอย่างชัดเจน ควรเสนอในรูปตารางหรือแผนภูมิ

7) อภิปรายผล/วิจารณ์ เสนอเป็นความเรียง ซึ่งให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของผลการวิจัยกับกรอบแนวคิด และงานวิจัยที่ผ่านมา ไม่ควรอภิปรายเป็นข้อ ๆ แต่ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด

8) องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย ระบุองค์ความรู้ที่ได้อันเป็นผลมาจากการวิจัย ผ่านการสังเคราะห์ ออกมาในรูปแบบของ แผนภูมิ แผนภาพ หรือ ผังมโนทัศน์ พร้อมทั้งการอธิบายที่รัดกุมเข้าใจได้ง่าย

9) สรุป ระบุข้อสรุปที่สำคัญ

10) ข้อเสนอแนะ

(1) ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

(2) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

11) เอกสารอ้างอิง ต้องเป็นรายการที่มีการอ้างอิงไว้ ทั้งในเนื้อเรื่องและเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

ตัวอย่างการเขียนบทความวิจัย
เพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน

1 นิ้ว

1 นิ้ว

0.79 นิ้ว

TH Niramit AS

18 Point Bold

ชื่อเรื่อง

Title

16 Point Bold

ผู้เขียน¹, ผู้เขียน² และ ผู้เขียน³

Author¹, Author² and Author³

14 Point

สังกัด¹

สังกัด²

สังกัด³

Affiliation¹

Affiliation²

Affiliation³

14 Point

E-mail: 1.....; 2.....; 3.....

Tel.....

บทคัดย่อ

18 Point Bold

16 Point

.....

.....

.....

.....

16 Point Bold

คำสำคัญ: 1.....; 2.....; 3.....

16 Point

0.79 นิ้ว

Abstract } 18 Point Bold

16 Point

16 Point Bold

Keywords: 1.....; 2.....; 3..... } 16 Point

บทนำ } 18 Point Bold

16 Point

ย่อหน้าแรก เขียนอธิบายประเด็นวิจัย ปรัชญาการค้นคว้า ความน่าสนใจ ความสำคัญ โดยนำข้อมูลงานวิจัยที่ตีพิมพ์เพื่อที่จะบ่งชี้สถานการณ์ปัจจุบันขององค์ความรู้ (knowledge) หรือการทำงานของนักปฏิบัติ (practice) งานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผ่านมาพอสังเขปเพื่อชี้ให้เห็นว่าที่ผ่านมาการค้นพบอะไรบ้าง และค้นพบโดยใครบ้างเพื่อเป็นข้อมูลประกอบการนำเสนอให้เห็นว่ายังมีช่องว่าง (gap) ของงานวิจัย

(อ้างอิงข้อมูลตัวเลขจากหน่วยงานราชการ/บทความวิจัยที่ตีพิมพ์ 1-2 ปี/เจ้าของทฤษฎี)

ย่อหน้าที่สอง พื้นที่วิจัย ปัญหา ความต้องการ หรือลักษณะกลุ่มที่เป็นเป้าหมายของการวิจัยเป็นอย่างไร นักวิจัยได้มีประสบการณ์หรือมีส่วนร่วมในพื้นที่นั้นอย่างไรบ้าง มีงานวิจัยเกี่ยวกับพื้นที่กลุ่มเป้าหมายอย่างไร

ย่อหน้าที่สาม เขียนแนะนำวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายของงานวิจัยซึ่งจะเป็นเหมือนเข็มทิศบอกแนวทางการทำวิจัย [how?, where?, when?] นักวิจัยชี้ให้เห็นระเบียบวิธีวิจัยที่จะใช้เพื่อทำให้บรรลุวัตถุประสงค์การวิจัยที่วางไว้พอสังเขป

บทความวิจัยนี้นำเสนอ (โครงสร้าง และเนื้อหาของบทความที่จะนำเสนอ โดยปกติจะเขียนตามวัตถุประสงค์ หรือประเด็นตามหัวข้อบทความ และประโยชน์ที่จะเกิดแก่วงวิชาการหรือสังคม)

วัตถุประสงค์การวิจัย } 18 Point Bold

16 Point

1. เพื่อศึกษา.....
2. เพื่อศึกษา
3. เพื่อศึกษา

สมมติฐานการวิจัย (ถ้ามี) } 18 Point Bold

การทบทวนวรรณกรรม

18 Point Bold

16 Point

เขียนบรรยายถึงผลการสืบค้นเอกสาร บทความ การวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อแสดงให้เห็นถึง “ช่องว่างของความรู้” (knowledge gap) ที่ยังไม่ถูกพิจารณา ซึ่งการวิจัยครั้งนี้สามารถเติมเต็มช่องว่างของความรู้นี้ได้ การทบทวนวรรณกรรมต้องมีการอ้างอิงอย่างครบถ้วน รวมทั้งควรมีการวิเคราะห์และจัดระบบความสัมพันธ์ของวรรณกรรมเหล่านั้นด้วย

1.

2.

สรุปผลการทบทวนวรรณกรรม เพื่อแสดงให้เห็นว่าผู้เขียนนำเอาทฤษฎี /แนวคิดที่ทบทวนมาใช้ในการวิจัยอย่างไร ในประเด็นไหน

กรอบแนวคิดการวิจัย

18 Point Bold

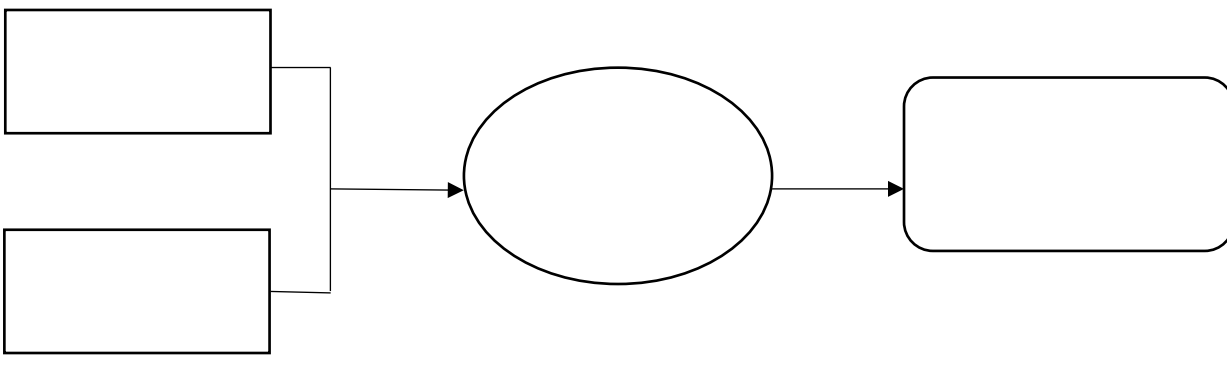
16 Point

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิง ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามแนวคิด/ทฤษฎีของ ... ประกอบด้วย โดยมีรายละเอียดดังนี้

เขียนตัวแปรอิสระ

กระบวนการ/เครื่องมือ/พื้นที่/กลุ่มเป้าหมาย

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

18 Point Bold

16 Point

.....
.....
.....
.....

ผลการวิจัย

18 Point Bold

16 Point

วัตถุประสงค์ที่ 1. ผลการวิจัยพบว่า.....

วัตถุประสงค์ที่ 2. ผลการวิจัยพบว่า.....

วัตถุประสงค์ที่ 3. ผลการวิจัยพบว่า.....

อภิปรายผลการวิจัย

18 Point Bold

16 Point

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า

.....ทั้งนี้อาจเป็น

เพราะ.....

.....(เอกสารสนับสนุน).....

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า

.....ทั้งนี้อาจเป็น

เพราะ.....

.....(เอกสารสนับสนุน).....

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า

.....ทั้งนี้อาจเป็น

เพราะ.....

.....(เอกสารสนับสนุน).....

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

18 Point Bold

16 Point

ระบุงค์ความรู้ันเป็นผลมาจากการนำเสนอ การสังเคราะห์ออกมาในลักษณะ แผนภาพ
แผนภูมิ หรือผังมโนทัศน์ พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างอย่างกระชับ เข้าใจง่าย

.....

.....

.....

สรุป

18 Point Bold

16 Point

สรุปในภาพรวมของบทความ

.....

.....

ข้อเสนอแนะ

18 Point Bold

16 Point

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า

ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้.....

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า

ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้.....

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 พบว่า

ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการ ดังนี้.....

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

งานวิจัยนี้ได้ข้อค้นพบ (องค์ความรู้) ที่สำคัญ คือ สามารถนำไปประยุกต์ใช้
กับ โดยควรให้ความสำคัญกับ สำหรับประเด็นในการวิจัย
ครั้งต่อไปควรทำวิจัยในประเด็นเกี่ยวกับ

เอกสารอ้างอิง

18 Point Bold

ตัวอย่าง

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2551). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ:

จามจุรีโปรดักท์.

พยอม วงศ์สารศรี. (2530). *การบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พระนครพาณิชย์.

- พลศักดิ์ จิรโกศิริ. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: เทคนิคแผนที่นำทางการวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ฉัตรชัย นาถาพลอย. (2562). การบริหารงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ในสังคมปัจจุบัน. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 3(3), 171–178
- สุนันทา รักดีไทย. (2561). *องค์ประกอบ ตัวชี้วัด และปัจจัยเชิงสาเหตุของความเป็นพลเมืองของนักเรียนอาชีวศึกษา ในโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น(ชุมชนนิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต)*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- อาภรณ์ รัตน์มณี. (9 มิถุนายน 2559). *ทำไมระบบการศึกษาไทยจึงพัฒนาช้า*. สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน 2561, จาก <https://www.mcu.ac.th/article/detail/448>
- Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of Psychological Testing*. (3rd ed.). New York: Harper and Row.
- Kittichayathorn, P. (2012). *Styles and Steps of Community Management Movement for Drug Problem Prevention Learning Center: A Case of Thorraneekum, KhokFaet, Nong Chok, Bangkok*(Doctoral Dissertation). National Institute of Development Administration.
- Nanposri, N. (2020). Factors Affecting Employee Savings Decision in Central Bangna Department Store, Bangkok. *Journal of Educational Innovation and Research*, 3(2), 131–140.
- Schermerhorn, J., Hunt, J., & Osborn, R. (2000). *Organizational Behavior*. (7th ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Wathanapradith, K., & Soma, P. (2016). *Peace Village in the 26th Buddhist Century: Knowledge Learned from Ta Koy Nang Village Sisaket Province*(Research Report). Ayuthaya: Buddhist Research Institute of MCU.
- Yamane, T. (1973). *Statistic: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row.

หลักเกณฑ์การเขียนบทความวิชาการ

หลักเกณฑ์การเขียนบทความวิชาการ บทความปริทรรศน์ ปกิณกะ ให้เรียงลำดับสาระ ดังนี้

1) บทคัดย่อ

2) บทนำ

3) เนื้อเรื่อง แสดงสาระสำคัญที่ต้องการนำเสนอตามลำดับ

4) องค์ความรู้จากการศึกษา ระบุง่องค์ความรู้อันเป็นผลมาจากการนำเสนอ การสังเคราะห์
ออกมาในลักษณะ แผนภาพ แผนภูมิ หรือผังมโนทัศน์ พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างอย่างกระชับ
เข้าใจง่าย

5) บทสรุป

6) เอกสารอ้างอิง

ตัวอย่างการเขียนบทความวิชาการ
เพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน

1 นิ้ว

1 นิ้ว

0.79 นิ้ว

TH Niramit AS
18 Point Bold

ชื่อเรื่อง
Title

16 Point Bold

ผู้เขียน¹, ผู้เขียน² และ ผู้เขียน³
Author¹, Author² and Author³

14 Point

สังกัด¹

สังกัด²

สังกัด³

Affiliation¹

Affiliation²

Affiliation³

14 Point

E-mail: 1.....; 2.....; 3.....

Tel.....

บทคัดย่อ

18 Point Bold

16 Point

16 Point Bold

คำสำคัญ: 1.....; 2.....; 3.....

16 Point

Abstract

18 Point Bold

16 Point

16 Point Bold

Keywords: 1.....; 2.....; 3.....

16 Point

0.79 นิ้ว

วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน

xxx

บทนำ } 18 Point Bold

กล่าวถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา โดยกว้างๆ (อ้างกฎหมาย นโยบาย หรือ
ทฤษฎีมารองรับ).....

ปัญหาเชิงพื้นที่หรือเชิงปัญหาเชิงสถานการณ์ (Main Idea).....

สรุปหลักการและเหตุผล (Main Idea).....

.....บทความนี้จะนำเสนอในประเด็นดังต่อไปนี้ (ปรับตามบริบท).....

เนื้อหา 1 } 18 Point Bold

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

เนื้อหา 2 } 18 Point Bold

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ฯลฯ

องค์ความรู้จากการศึกษา

18 Point Bold

16 Point

ระบุงค์ความรู้ันเป็นผลมาจากการนำเสนอ การสังเคราะห์ออกมาในลักษณะ แผนภาพ
แผนภูมิ หรือผังมโนทัศน์ พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างอย่างกระชับ เข้าใจง่าย.....
.....
.....

สรุป

18 Point Bold

16 Point

สรุปในภาพรวมของบทความ
.....
.....

เอกสารอ้างอิง

18 Point Bold

ตัวอย่าง

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2551). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ:
จามจุรีโปรดักท์.

พยอม วงศ์สารศรี. (2530). *การบริหารงานบุคคล*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พระนครพาณิชย์.

พลศักดิ์ จิรโกศิริ. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: เทคนิคแผนที่นำทางการวิจัย*. (พิมพ์
ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ฉัตรชัย นาถาพลอย. (2562). การบริหารงานแบบมุ่งผลสัมฤทธิ์ในสังคมปัจจุบัน. *วารสารนวัตกรรมการ
การศึกษาและการวิจัย*, 3(3), 171–178

สุนันทา รักดีไทย. (2561). *องค์ประกอบ ตัวชี้วัด และปัจจัยเชิงสาเหตุของความเป็นพลเมืองของ
นักเรียนอาชีวศึกษา ในโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น(ชุมชนนิพนธ์ครุศาสตร์ดุขฎี
บัณฑิต)*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

อาภรณ์ รัตน์มณี. (9 มิถุนายน 2559). *ทำไมระบบการศึกษาไทยจึงพัฒนาช้า*. สืบค้นเมื่อ 4 กันยายน
2561, จาก <https://www.mcu.ac.th/article/detail/448>

Cronbach, L. J. (1974). *Essentials of Psychological Testing*. (3rd ed.). New York: Harper and Row.

Kittichayathorn, P. (2012). *Styles and Steps of Community Management Movement for Drug Problem
Prevention Learning Center: A Case of Thorraneekum, KhokFaet, Nong Chok, Bangkok*(Doctoral
Dissertation). National Institute of Development Administration.

Nanposri, N. (2020). Factors Affecting Employee Savings Decision in Central Bangna Department
Store, Bangkok. *Journal of Educational Innovation and Research*, 3(2), 131–140.

Schermerhorn, J., Hunt, J., and Osborn, R. (2000). *Organizational Behavior*. (7th ed.). New York: John Wiley & Sons.

Wathanapradith, K., & Soma, P. (2016). *Peace Village in the 26th Buddhist Century: Knowledge Learned from Ta Koy Nang Village Sisaket Province*(Research Report). Ayuthaya: Buddhist Research Institute of MCU.

Yamane, T. (1973). *Statistic: An Introductory Analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row.

การส่งบทความเข้าระบบออนไลน์ของวารสาร เพื่อได้รับการตีพิมพ์

การส่งในระบบ (Online Submission) สามารถส่งเข้าระบบออนไลน์ได้เว็บไซต์ ของวารสาร ได้ที่ <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/appm>

ค่าธรรมเนียมการส่งบทความ

ชำระค่าธรรมเนียมบทความละ 5,500 บาท (ห้าพันห้าร้อยบาทถ้วน) ต่อ 1 บทความ โดยชำระพร้อมกับการส่งบทความเข้าระบบ ผู้เขียนจะต้องตรวจสอบความสมบูรณ์ของบทความตามคำแนะนำสำหรับผู้เขียน หากไม่ปฏิบัติตามกติกา กองบรรณาธิการวารสารขอสงวนสิทธิ์ในการปฏิเสธการตีพิมพ์ และไม่คืนเงินค่าธรรมเนียมดังต่อไปนี้ 1. หากบทความมีความซ้ำซ้อนมากกว่า 20% 2. ผู้เขียนไม่ปฏิบัติตามรูปแบบของวารสาร 3. บทความไม่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ หรือ 4. ไม่แก้ไขบทความตามข้อเสนอแนะตามระยะเวลาที่กำหนด (1 เดือน หลังการแจ้งของบรรณาธิการ) ผู้เขียนสามารถชำระค่าธรรมเนียมผ่านบัญชี "นางสาวธัญนันท์ วรเศรษฐพงษ์ นางสาวดารารัตน์ สุขแก้ว นายณณพณธ์ โกวิทพรพิเชษฐ์ และนางสาวสุกัญญา อินทนชิตจ้อย เพื่อวารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน" เลขที่บัญชี 459-0-80420-4 ประเภทบัญชีออมทรัพย์ ธนาคารกรุงไทย สาขาสาลายา เมื่อชำระแล้วให้ส่งหลักฐานเข้าระบบวารสารพร้อมบทความ และให้ส่งหลักฐานไปที่ paewphan.rcim@gmail.com และ Add Line Id: armengineering เพื่อแจ้งรายละเอียดการส่งบทความ