



มหาวิทยาลัยเกริก KRIRK UNIVERSITY การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ

ครั้งที่ 18 ประจำปี 2565

18th National and International Conference 2022

กระบวนทัศน์ใหม่ การวิจัย ไทย-จีน-ซาอุดีอาระเบีย

“New Paradigm of Thai-Chinese-Saudi Arabian Research”

การนำเสนอผลงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น
และการนำเสนอผลงานวิชาการระดับบัณฑิตศึกษา
วันที่ 17 ธันวาคม 2565 เวลา 09.00 - 17.00 น.
ณ มหาวิทยาลัยเกริก

เล่ม 1

การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 18 ประจำปี 2565
18th National and International Conference 2022

กระบวนทัศน์ใหม่ การวิจัย
ไทย-จีน-ซาอุดีอาระเบีย
“New Paradigm of Thai-Chinese-Saudi Arabian Research”

เล่ม 1



สถาบันวิจัยและนวัตกรรม

มหาวิทยาลัยเกริก เลขที่ 3 ถนนรามอินทรา ซอยรามอินทรา 1
แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร 10220

ISBN 978-974-217-347-0



พิมพ์ที่ ProTexts.com



มหาวิทยาลัยเกริก KRIRK UNIVERSITY

การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ

ครั้งที่ 18 ประจำปี 2565

18th National and International Conference 2022

กระบวนทัศน์ใหม่ การวิจัย ไทย-จีน-ซาอุดีอาระเบีย

“New Paradigm of Thai-Chinese-Saudi Arabian Research”

การนำเสนอผลงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น
และการนำเสนอผลงานวิชาการระดับบัณฑิตศึกษา
วันที่ 17 ธันวาคม 2565 เวลา 09.00 - 17.00 น.
ณ มหาวิทยาลัยเกริก

เล่ม 1

ชื่อหนังสือ: การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 18 ประจำปี 2565
(18th National and International Conference 2022)

จัดพิมพ์โดย: มหาวิทยาลัยเกริก

ข้อมูลทางบรรณานุกรมของสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ : แดเน็กซ์อินเตอร์คอร์ปอเรชั่น, 2566. 1071 หน้า.

ISBN : 978-974-217-347-0

ISBN(e-book) : 978-974-217-346-3

สงวนลิขสิทธิ์ ห้ามคัดลอก จัดพิมพ์ หรือทำซ้ำรวมทั้งดัดแปลงเป็นสื่ออื่นๆ ก่อนได้รับอนุญาต

พิมพ์ครั้งที่ 1: ปี 2566

สำนักพิมพ์: PROTEXTS.COM

บริษัท แดเน็กซ์ อินเตอร์คอร์ปอเรชั่น จำกัด

99/164 หมู่ 2 ถนนแจ้งวัฒนะ แขวงทุ่งสองห้อง

เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 10210

โทรศัพท์ 02-575-1791-3 โทรสาร 02-575-1791-3 ต่อ 16

Website: www.Protexts.com **E-mail:** Prottexts@hotmail.com

Line ID: protexts **Facebook:** www.facebook.com/prottexts



กำหนดการ

การประชุมกรรณิชาการระดับชาติและนานาชาติ ประจำปี พ.ศ.2565 ครั้งที่ 18

หัวข้อ “กระบวนทัศน์ใหม่ การวิจัย ไทย - จีน - ซาอุดีอาระเบีย”

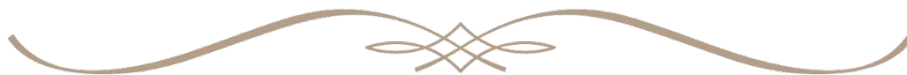
วันเสาร์ที่ 17 ธันวาคม พ.ศ.2565

ณ มหาวิทยาลัยเกริก ถนนรามอินทรา แขวงอนุสาวรีย์ เขตบางเขน กรุงเทพมหานคร

.....

วันเสาร์ที่ 17 ธันวาคม พ.ศ. 2565

- | | |
|------------------|---|
| 08.00 – 08.30 น. | ลงทะเบียน |
| 08.30 น. | ผู้นำเสนอผลงานวิชาการแบบโปสเตอร์เข้าประจำ ณ ป้ายแสดงนิทรรศการ
บริเวณหน้าศูนย์ประชุมนานาชาติ อาคาร ดร.เกริก |
| 08.30 – 09.00 น. | คณะกรรมการจัดงานฯ เชิญประธานเข้าชมนิทรรศการ ณ ศูนย์ประชุมนานาชาติ อาคาร ดร.เกริก |
| 09.00 – 09.15 น. | พิธีเปิด การประชุมกรรณิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 18 ประจำปี พ.ศ. 2565
ณ ศูนย์ประชุมวิชาการนานาชาติ เรื่อง “กระบวนทัศน์ใหม่ การวิจัย ไทย - จีน - ซาอุดีอาระเบีย”
กล่าวรายงานโดย รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ (รองศาสตราจารย์ สุพัฒน์ ชีระเวชเจริญชัย)
กล่าวเปิดงานโดย ศาสตราจารย์ ดร. ชีระ สุตะบุตร (นายกสภามหาวิทยาลัยเกริก) |
| 09.15 – 10.00 น. | ปาฐกถาพิเศษ |
| 10.00 – 10.30 น. | การบรรยายพิเศษ เรื่อง “The Experience and Tips for Academic Paper Writing”
โดย Dr.Su Jiafu, China |
| 10.30 – 11.00 น. | การบรรยายพิเศษ เรื่อง “Legal Framework for Islamic Corporation” โดย Prof. Dr. Zuhairah
Ariff Binti Adb., Deputy Vice Chancellor University Sultah Zainal, Abidin Malaysia |
| 11.00 – 11.30 น. | การบรรยายพิเศษ เรื่อง “Saudi Vision 2030 Driven Business Innovation: a New Horizon for
the Saudi-Thai Relationship” โดย Dr. Mohammad Asif, Salam Faculty of Economics
and Administration, King Abdulaziz University, Jeddah, Kingdom of Saudi Arabia |
| 11.30 – 12.30 น. | การนำเสนองานวิจัยเพื่อท้องถิ่นของคณาจารย์มหาวิทยาลัยเกริก ร่วมกับสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ |
| 12.30 – 13.30 น. | พักรับประทานอาหารกลางวัน |
| 13.30 – 17.00 น. | การนำเสนอผลงานวิชาการของอาจารย์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา และบุคคลภายนอก |





คำกล่าวรายงาน

การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 18 ประจำปี 2565

“กระบวนทัศน์ใหม่ การวิจัยไทย-จีน-ชาอูตีอาระเบีย”

โดย

รองศาสตราจารย์ สุวัฒน์ ธีรเวชเจริญชัย รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ /

ประธานคณะกรรมการจัดกิจกรรมฯ

วันเสาร์ที่ 17 ธันวาคม 2565 เวลา 09.00 น.

เรียน ศาสตราจารย์ ดร.ธีระ สูตะบุตร นายกสภามหาวิทยาลัยเกริก ผู้บริหาร คณาจารย์ และผู้มีเกียรติทุกท่าน

กระผม รองศาสตราจารย์ สุวัฒน์ ธีรเวชเจริญชัย รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ ในฐานะประธานคณะกรรมการจัดงาน “การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 18 ประจำปี 2565” ในหัวข้อ “กระบวนทัศน์ใหม่ การวิจัยไทย-จีน-ชาอูตีอาระเบีย” ซึ่งในปีนี้ มหาวิทยาลัยเกริก เน้นการเปิดประตูสู่การขยายขอบเขตความร่วมมือ โดยการนำแนวทางการวิจัยกระบวนทัศน์ใหม่ของสถาบันการศึกษาจากโลกเอเชียตะวันออก ไปสู่เอเชียตะวันออกเฉียงกลาง ภายใต้ความเชื่อว่าจะนำไปสู่การขยายความร่วมมือของสถาบันการศึกษาในโลกตะวันออกต่อไป

วัตถุประสงค์การประชุมวิชาการ ครั้งนี้ เพื่อเป็นเวทีสำหรับการเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของคณาจารย์ การส่งเสริมการบริการวิชาการแก่สังคม การวิจัยเพื่อท้องถิ่น (Community-Based Research - CBR) การเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้มีส่วนร่วมในการแสดงผลงานทางวิจัยร่วมกับชุมชน อันจะประโยชน์ในการยกระดับคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัยเกริก

สำหรับกำหนดการภาคเช้าวันนี้ มหาวิทยาลัยได้รับเกียรติจากบุคคลสำคัญในวงการการศึกษา จากมหาวิทยาลัย ชัยนาทจากประเทศจีน มาเลเซีย และ ชาอูตีอาระเบีย มาบรรยายพิเศษ ทั้งระบบ Online และ Onsite โดยเป็นการนำเสนอกระบวนทัศน์ใหม่ของการวิจัย ในการผลิตบัณฑิตและเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ส่วนในภาคบ่ายเป็นการนำแนวคิดไปปฏิบัติการวิจัยเฉพาะเรื่อง อันจะทำให้เกิดความเชื่อมโยงของกระบวนทัศน์ใหม่ในการวิจัยเกิดขึ้นอย่างแท้จริง โดยการประชุมนี้ จะมีผู้ร่วมการประชุมไม่น้อยกว่า 1000 คน และในภาคบ่าย เป็นการนำเสนอผลงานวิจัยของคณาจารย์ นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา และบุคคลภายนอก จากภาคีเครือข่ายสถาบันจำนวน 9 แห่ง เช่น สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง สกสว. มหาวิทยาลัยฟาร์อณี มหาวิทยาลัยหนางยาง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เป็นต้น

กระผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การจัดการประชุมวิชาการในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งกับทุกท่าน สามารถนำไปบูรณาการความคิดเพื่อการทำงาน ในบทบาทหน้าที่ของท่านเป็นอย่างดี

บัดนี้ได้เวลาอันสมควรแล้ว กระผมขอกราบเรียนเชิญ ศาสตราจารย์ ดร.ธีระ สูตะบุตร นายกสภามหาวิทยาลัยเกริก ได้กรุณาให้เกียรติเป็นประธานเปิดงาน “การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 18 ประจำปี 2565”

ขอขอบพระคุณครับ



คำกล่าวเปิดงาน

การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 18 ประจำปี 2565

“กระบวนทัศน์ใหม่ การวิจัยไทย-จีน-ซาอุดีอาระเบีย”

โดย

ศาสตราจารย์ ดร.ธีระ สูตะบุตร นายกสภามหาวิทยาลัยเกริก

วันเสาร์ที่ 17 ธันวาคม 2565 เวลา 09.00 น.

ผู้บริหาร คณาจารย์ บุคลากร และแขกผู้มีเกียรติ

ผมมีความยินดีและรู้สึกเป็นเกียรติที่ได้มาเป็นประธานเปิดงาน การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 18 ประจำปี 2565 ในหัวข้อ “กระบวนทัศน์ใหม่ การวิจัยไทย-จีน-ซาอุดีอาระเบีย” ในวันนี้ ด้วยมหาวิทยาลัยเกริกได้จัดกิจกรรมนี้เป็นประจำทุกปี เพื่อเป็นเวทีในการส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการ ให้กับคณาจารย์ นักศึกษา และนักวิจัย ตลอดจนเปิดโอกาสให้นักศึกษาและบุคคลภายนอกได้มีส่วนร่วมในผลงานทางวิชาการ ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และเพื่อประโยชน์ในการประกันคุณภาพการศึกษาสำหรับคณะวิชา และหน่วยงานภายในมหาวิทยาลัย ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการเรียนรู้ ให้บริการกับสังคม ในการที่จะพัฒนาประเทศร่วมกัน

ผมขออำนวยพรให้การจัดงานในครั้งนี้ ประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของมหาวิทยาลัย และหวังเป็นอย่างยิ่งว่า การจัดกิจกรรมในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์กับทุกท่านที่มาร่วมงาน

บัดนี้ ได้เวลาอันสมควรแล้ว ผมขอเปิดงาน การประชุมเกริกวิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ประจำปี 2565 “กระบวนทัศน์ใหม่ การวิจัยไทย-จีน-ซาอุดีอาระเบีย” ณ บัดนี้

ขอขอบคุณ

คณะกรรมการพิจารณาบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ศาสตราจารย์ พล.ต.ท.ดร.วีรพล	กุลบุตร	โรงเรียนนายร้อยตำรวจ
ศาสตราจารย์ ดร.กรกฎ	ทองชะไคค	มหาวิทยาลัยทักษิณ
ศาสตราจารย์ ดร.สุนีย์	มัลลิกะมาลย์	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
รองศาสตราจารย์ ดร.สุบรรณ	เยี่ยมวิจารณ์	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์	ศรีสุขใส	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.ยุทธพร	อิสรัชย์	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
รองศาสตราจารย์ ดร.วุฒิ	สุขเจริญ	สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
รองศาสตราจารย์ ดร.ภูมิ	โชคเหมาะ	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุระทิน	ชัยทองคำ	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
รองศาสตราจารย์ ดร.โอฬาร	ถิ่นบางเตียว	มหาวิทยาลัยบูรพา
รองศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ	รัฐันทรานนท์	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.กิจฐเขต	ไกรवास	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาณวัฒน์	พลอยเทศ	วิทยาลัยอีสท์บางกอก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สำเร็จ	อ่อนสัมพันธุ์	มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โยธิน	ศรีโสภะ	มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กั้ววาฬ	พงษ์แก้ว	มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรากุล	สุโคตรพรหมมี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิปไตย	โสติวิวรรณ	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุทธิ	อยู่สถาพร	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรเพชร	ชลศักดิ์ตระกูล	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตาภา	พรยิ่ง	มหาวิทยาลัยทักษิณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุขุมพงศ์	ชาญนุวงศ์	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพจน์	ทรายแก้ว	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ใน พระบรมราชูปถัมภ์
อาจารย์ ดร.สุนันวดี	พละศักดิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
อาจารย์ ดร.วรรณษา	วังแสนแก้ว	มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

อาจารย์ ดร.สุวันชัย	หวนนากลาง	มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
อาจารย์ ดร.อริชัย	เกตุจันทร์	สถาบันพัฒนาบุคลากรท้องถิ่น
อาจารย์ ดร.อัปศุระวะสหมาน	มูเก็ม	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อาจารย์ ดร.รุสตั้ม	วันสู	มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
อาจารย์ ดร.ขจร	ฝ่ายเทศ	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
อาจารย์ ดร.ศักรินทร์	ปินสาเหาะ	มหาวิทยาลัยฟาฏอนี

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

ศาสตราจารย์ ดร.จรัญ	มะลูลีม	มหาวิทยาลัยเกริก
รองศาสตราจารย์ ดร.อนันต์	บุญสนอง	มหาวิทยาลัยเกริก
รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงพร	ทาเจริญศักดิ์	มหาวิทยาลัยเกริก
รองศาสตราจารย์ ดร.พรพรรณ	จันทโรนานนท์	มหาวิทยาลัยเกริก
รองศาสตราจารย์ ดร.ชลอ	รอดลอย	มหาวิทยาลัยเกริก
รองศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร.นันทนา	นันทโรภาส	มหาวิทยาลัยเกริก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณพร	พงศศิริโรจน์	มหาวิทยาลัยเกริก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษดา	ผ่องพิทยา	มหาวิทยาลัยเกริก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.บุญอยู่	ขอพรประเสริฐ	มหาวิทยาลัยเกริก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุษณี	มงคลพิทักษ์สุข	มหาวิทยาลัยเกริก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชเนตตี	พิพัฒนางกูร	มหาวิทยาลัยเกริก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประเสริฐศักดิ์	กายนาคา	มหาวิทยาลัยเกริก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประคอง	สุคนธ์จิตต์	มหาวิทยาลัยเกริก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พัชรินทร์	พันธุ์แน่น	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.ณัฐพงษ์	แต่้มแก้ว	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.ตง หยาง		มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.ซุนจี หูย		มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.หย่ง หลัว		มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.ซื่ออี้ หวง		มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.วองวอง หมิง		มหาวิทยาลัยเกริก

อาจารย์ ดร.จงชุ่น เขี้ย		มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.ยวีจื่อ หลิน		มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.วิโชติ วัฒนโณ		มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.อรพรรณ	สุวภาพ	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.รุ่งดิศ	คงยั้งยืน	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.บัณฑิต	อารอมนัน	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.ดาวพระศุกร์	ทองกลืน	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.สนั่น	ประจ้งจิตร	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.เสาวภาคย์	แหลมเพชร	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.ณัฐวัชร	จันทโรธรรณ	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.พนัส	จันทร์ศรีทอง	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.ปริญญา	ประหยัดทรัพย์	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.กิจติพงษ์	อารยะพูนพงศ์	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.พงศ์วัช	จันทบุลย์	มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.หานชิง โย		มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.ชุ่นจี หยู		มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ ดร.จ้าวหลง เหลียน		มหาวิทยาลัยเกริก

Content / สารบัญ

18th National and International Conference 2022

การประชุมเอกรีกวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 18 ประจำปี 2565

			Page/หน้า
No.	Author / ผู้เขียน	Titel / ชื่อบทความ	Page/หน้า
	กำหนดการ		ก
	คำกล่าวรายงาน		ข
	คำกล่าวเปิดงาน		ค
	คณะกรรมการพิจารณาบทความ		ง
1	Anongnad Petchprasert	Student Readiness for Online Learning during the COVID-19 Pandemic	1
2	Dej-anan Bungkilo	Implementing an Accounting Shared Services Center : The Case of SCG Corporate Accounting Office	15
3	Mahbulbul Haque and Sarawut Larsen	Saudi Arabia's Constructive Engagement in Muslim Majority Countries Southeast Asia	30
4	Nisara Paethrangsi Parnkan, Vijitsanguan Winita Hongworapipat and Wanlapa Jandaboue	Impact of airline employee engagement on the job performance	44
5	Nutthapran Klaiprasith, Adirek Vajrapatkul, Tharana Peamchacorn and Nuchanart Chantateme	On The Long-Run Relationship between Financial Security Issuance	59
6	Pakchanya Boonchukham Kusuma Dampitakse and Chaimongkol Pholkaew	Influence of Intellectual Capital on Corporate Financial Performance of Listed Companies in Thailand : Service Industry	72
7	Panisala Bussaratrakul, Tawee Jamjamrat and Eumporn Sirirat	The Influencing Factors of Economic Crop Development of Community Enterprises in Samut Sakhon Province	87
8	Ploywarin Sangsomboon, Hathaichanok Fufuang, Nisara Paethrangsi and Wanlapa Jandaboue	Customers' Choice Determinants When Buying A Business Class Air Ticket : The Perspective of Airline Customers In Thailand	103
9	Praiporn Saengchan	Factors Affecting Student Behavior of Demonstration School Students in Bangkok	118
10	Somsak Rungrojdomphol	Factors Affecting to Success of Coffee Shop	134
11	Watcharaporn Pimpaporn, Adirek Vajrapatkul, Aphirak Poomklin, Manop Seeluang and Nipaporn Rattanaphan	Modeling Volatility in The Stock Exchange of Thailand	149

No.	Author / ผู้เขียน	Titel / ชื่อบทความ	Page/หน้า
12	Yutthana Jaiprasert	The Role of Thailand EEC To Achieve Asean Connectivity Vision, Aim to Increase Competitiveness of Thailand Economic Uplifting From Middle Income Trap	167
13	กมลชนก วงศ์สม ปิยะนนท์ พริ้งน้อย และ ดาวพระศุกร์ ทองกลิ่น	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร	184
14	กริช ว.ศิริ และ วงศ์สถิตย์ วิสุภี	แนวทางการใช้พลังงานชีวมวลในครัวเรือนของชุมชนบ้านภูเงิน ตำบลเฝ้าไร่ อำเภอเฝ้าไร่ จังหวัดหนองคาย	197
15	กฤษณาณัฐ สุวรรณนุรักษ์ ภาณุพงศ์ สามารถ และ ปิยนุช บุรี	ความพึงพอใจของสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา	211
16	กุลกรภัส แสนวัง และ พรธรรษา รอดอาตม์	แนวทางการสื่อสารของตัวแทนและเครือข่ายเพื่อเสนอบ้านพักพูลวิลล่า ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย	225
17	จรรยา ชูทับ ศุภักฎณ ชัยฤทธิ์ และ เจษฎา นกน้อย	กิจการเพื่อสังคมกับความยั่งยืนทางธุรกิจ กรณีศึกษามูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร	238
18	จักรกฤษ มานน้อย ปริญา ประหยัดทรัพย์ ปิยะ หมายานอิน และ วิศรุต เลาะวิถึ	ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการ ทำงานเป็นทีมของครูในโรงเรียน	252
19	จักรกฤษ มานน้อย ปราโมทย์ มีสุวรรณ วิศรุต เลาะวิถึ และ สมศักดิ์ วงษ์สมัน	ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการบริหารการศึกษา	267
20	จิตจรดา ตรีสาคร พิศมัย จารุจิตติพันธ์ และ เกียรติชัย วีระญาณนนท์	การเปรียบเทียบคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติในศตวรรษที่ 21 ที่เกิดขึ้นจริงกับความคาดหวัง : มุมมองของผู้ใช้บัณฑิตจากกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล	281
21	ชญาณิษฐ์ สิตโท	การเปิดรับทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมในการชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก by กรุณา บัวาศศรี ของผู้หญิงกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย	296
22	ชไมพร พงษ์พานิช อุษณี มงคลพิทักษ์สุข และ กิตติศักดิ์ รัฐประเสริฐ	การรับรู้ความสามารถของตนเองกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี	310
23	ชวิศ ตรีนิมิตร และ อรพรรณ คงมาลัย	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV) ที่มีเทคโนโลยีช่วยเหลือการขับขี่ของผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานคร	324
24	ชูศักดิ์ อรุณพลทรัพย์	เครื่องมือทางการเงินอิสลาม ศุกุก : โครงสร้างพื้นฐานและการทำงาน	342
25	โชติชวัล พุทธิกาญจน์ เพ็ญพรรณ ชูติวิศุทธิ์ และ พิภูลทอง หงส์หิน	การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยไม่ต้องฝึกอบรม	357
26	โชติชวัล พุทธิกาญจน์	ภาวะผู้นำแบบอิสลาม	368
27	ฐานิตา รัชณาการ และ ภัทรวรรณ จีรพัฒน์ ธนธร	พฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์ เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส	382

No.	Author / ผู้เขียน	Titel / ชื่อบทความ	Page/หน้า
28	รัฐิพัฒน์ หิรัญนิธิธำรง สมชัย พุทธา หิมิงขุน เซีย จำลอง นักฟ้อน และ จันตรี คุปตะวาทีน	คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่ ส่งผลต่อการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2	397
29	ทรรคนะ บุญขวัญ และ ธนัษวรรณ รุ่งใหญ่	ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตราสินค้า ส่วนประสมทาง การตลาด และการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัด สมุทรปราการ	410
30	หัตถดาว ฝุ่นตะคุ และ อารังศักดิ์ เพชรเลิศ อนันต์	การบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลบรบือ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร	421
31	ธนัษวรรณ รุ่งใหญ่ และ ทรรคนะ บุญขวัญ	การพัฒนาคุณภาพการบริการสำหรับความพึงพอใจในการ บริการ	439
32	ธนายศ กุลทล	การปรับปรุงประสิทธิภาพในการจัดเก็บวัตถุดิบ กรณีศึกษา ธุรกิจการผลิต	448
33	นพดล จินดาธรรม พิพัฒน์ ยอดพฤติการ พิติรัตน์ วงศ์สุทินวัฒนา ภาณุ อัครวรมิตชัย และ จินตนา จันสน	การพัฒนาแบบจำลองดัชนีชี้วัดผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับชุมชน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากจากการ พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	464
34	เนติกร อังสุพันธุ์โกศล พัชราวดี ตรีชัย และ อารีรัตน์ เส็นสด	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวน เสื้อชูชีพของพนักงานบริษัท ไทยแอร์เอเชีย	481
35	บัณฑิต อารอมัน	มหกรรมฟุตบอลโลก 2022 กับการกระตุ้นเศรษฐกิจในกาตาร์	496
36	บุญทวี อารยอนัน และ วงศ์สถิตย์ วิสุภี	บทบาทของชุมชนต่อการจัดการขยะในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา อำเภอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	511
37	บุญฤทธิ์ คำโคกกรวด และ ภัทรวรรณ จิรพัฒน์ธนธร	การวิเคราะห์เนื้อหาของหลักสูตรการตลาดออนไลน์ใน ต่างประเทศช่วงทศวรรษที่ผ่านมา	525
38	บุญसान ฤทธิ์ก จุฑา รัศมียงทอง และ พิสิษฐ์ วงศ์รัตนศิลป์	ปัจจัยสำคัญทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิผล ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขต บางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร	540
39	ปริญญา ประหยัดทรัพย์	การศึกษาระบบ E-Hajj ในกิจการฮัจย์ของซาอุดีอาระเบียและ ไทยในช่วงวิกฤตโควิด-19	552
40	ปัญญาณีสาร์ องค์กรปัญญากุล	ผลกระทบการปรับตัวของประชาชนผู้ทรงเชื้คเมื่อกเล็ก กฎหมายความรับผิดชอบจากการใช้เชื้คที่มีโทษทางอาญา	565
41	ปิยะ ฤษณารุณ อุษณี มงคลพิทักษ์สุข และ บัณฑิต โขติวิทยะกุล	ภาวะผู้นำแบบบริกรกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของ ข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจ นครบาลทุ่งสองห้อง	578

ความพร้อมของนักศึกษาเพื่อการเรียนออนไลน์ในช่วงการระบาดของโควิด-19

Student Readiness for Online Learning during the COVID-19 Pandemic

อนงนาฏ เพชรประเสริฐ

Anongnad Petchprasert

Abstract

This paper presents the student readiness for online learning during the pandemic. The results reflect some factors related to individuals' perceptions of distance learning in the state of emergency which will be useful for the teaching practices in the future. The respondents were 69 English-major students at a university in Bangkok, Thailand. An online questionnaire was used to examine their background information about the uses of electronic devices in online learning, perceptions of online learning as well as factors that were associated with an online learning environment. Overall, a majority of the participants were ready for online learning as they were willing to participate in online discussions and activities and to complete their assignments with computer skills.

Keywords: online learning; COVID-19; perceptions of online learning; computer skills; Thailand

INTRODUCTION

Institutions and millions of students worldwide have been affected by the fast-spreading pandemic of Coronavirus or COVID-19. Educators and learners have been striving to face new challenges to carry out online classroom teaching during the outbreaks. Like every country around the world, the Thai government has publicized policies for institutions in higher education and schools across the country to immediately respond to the shift into online classes. In particular, instructional management at universities have canceled in-person classes in some universities in Bangkok where many infected cases have been found. In such a state of emergency, it leads to one of most concerns is "student readiness for online learning."

By focusing on student readiness, there are many factors considered to be taken into account and put them as priorities in conducting online learning in higher education. The present study, partially in line with Martin, Stamper, and Flowers's theoretical framework (2020), focused

on student readiness for online learning instruments and the four common constructs emerged in distance learning: technical skills, personal commitment, and motivation. This framework emphasizes the skills and other factors that can be used as the indicators of student readiness for online education. Besides, this study would provide significant implications for pedagogy and research in the future. Pedagogically, determining student readiness in an online learning environment would help instructors gain better understanding that might be useful for future teaching and learning design. Theoretically, the findings will contribute to the growing body of research on factors associated with student readiness for remote teaching and learning.

The following section presents the literature review on the COVID-19 pandemic in Thailand and how higher educational institutes have coped with the outbreak as well as the factors related to student readiness for online learning platforms.

LITERATURE REVIEW

It has been decades that online learning has been widely used in higher educational institutions across the world. Online learning provides considerable resources in electronic learning technologies including applications or software. They are adaptive learning management systems and educational technology options for teaching and learning to facilitate online courses and online student collaboration (Martin, Stamper, & Flowers, 2020; Moore, 2013).

In line with the student readiness for online learning during the COVID-19 pandemic, the present study thus investigated students' perceptions of their readiness for online learning, electric devices students used in response to online learning environment and the factors including technological skills, personal commitment, and motivation which are associated with online education.

The COVID-19 pandemic and higher education in Thailand

In the Thai context, online learning has been increasing dramatically during the COVID-19 pandemic which is a sudden shift of the uses of technologies in Thai higher education. Online courses require students to consider new ways to prepare, organize, engage, and complete course requirements as well as urging students to use higher levels of independence and self-

direction. In Thailand, the direct impacts of COVID-19 on higher educational institutions have been through evaluation implemented by the Thai government to reduce the spread of COVID-19. According to the state of emergency, colleges and universities were closed from March 18th 2020. These mandates coincided with the start of the primary and secondary school summer break and the target university in the present study (typically from early March to mid-May), leading to plans for onsite, online, or blended learning for the 2020/21 academic year developed by the Ministry of Education. In doing so, the target university had provided online classes with videos of each class lecture for students to learn at their own convenience.

Since remote learning plans have been announced to be used in many institutions, concerns to which electric devices available for students to use in online learning environments as well as abilities to access Internet resources were raised and brought to educators at universities to promptly prepare. According to the results from a survey conducted by the National Statistical Office of Thailand in April 2020, approximately half of respondents (50.8%) reported that they did not have desktops, laptops, or tablets. Inadequate or no Internet access at home was critical (26.3%). Since the school closure was in the summer break, students did not receive training on using technology for remote education. Besides, such a swift change in teaching medium was also tremendously challenging for lecturers (Kenan Foundation, 2020). As a result, this initially potential move to online education has highlighted the importance of digital technology in response to the state of emergency during the outbreak as well as describing the various abilities of students to access online education. Consequently, technological skills, personal commitment, and motivation to learn are crucial in online education.

Students' perceptions of their readiness for online learning

Online learning is also known as e-learning, remote learning, or in some cases distance learning. It is tremendously important in higher education across the world. Online learning has contributed to a significant increase of its uses for several reasons such as reducing cost of study, promoting students' learning opportunities (O'Donoghue, 2004), and reducing risks of COVID-19 infection (Petchprsert, 2020; United Nations, 2020). According to Warner, Christie, and Choy (1998), student readiness for online learning can be defined as students' confidence in using different

kinds of technology, Internet, and especially computer-mediated tools for communication in online learning with their engagement in their autonomous learning. Consequently, the concepts of students' perceptions and their readiness for online learning have also shed a great deal of light during the COVID-19 outbreak worldwide.

Students' perceptions of online learning have been considered as most available option under social distancing and quarantine policies (Lei & So, 2021). The perceptions are commonly shown in the two different sides: benefits and drawbacks (Kimiloglu et al., 2017; Mukhatar et al., 2020). In terms of benefits of online learning, Kimiloglu et al. (2017) found that it is flexible to learn anytime and anywhere, encourages self-directed learning, saves time, and minimizes travel cost. Likewise, Mukhatar (2020) found that online learning is flexible and effective for teaching and learning, administration, and accessibility. Students also become self-directed learners, which is important for lifelong learning. Regarding the drawbacks of online learning, Chakraborty et al. (2020) stated that before the pandemic, universities in several countries were not ready for a complete shift to online education.

Along with students' perceptions, it is indispensable for educators to investigate the student readiness for online learning during the pandemic. Several researchers have studied student readiness for distance learning (Chung et al., 2020; Martin, Stamper, & Flowers, 2020; Tang et al., 2021). Individual readiness is an important element in using online applications as they are now commonly used among college students and becoming a daily culture for almost every student at all ages. Recently, mobile applications have been used in communication and in online education. In Asia, the uses of applications have positive effects on providing students some platforms for socializing, sharing information, and communicating (Chen, Wang, Kinshuk, & Chen, 2014; Sweeny, 2010).

To sum up, the COVID-19 pandemic has forced higher educational institutions to suddenly modify their teaching and learning strategies and adopt new technologies in online learning environment. Students' perceptions of their readiness for online learning have been investigated to accommodate students learning during the pandemic and to respond to the sudden shift from classroom-based education to online learning environment.

Technological skills, Personal Commitment, and Motivation

The current study is partially in line with Martin, Stamper, and Flowers's (2020) theoretical framework focusing on technical skills, personal commitment, and motivation. This framework was considered and used in the present study since it was compatible and associated with the teaching and learning circumstances happening during the time of the study.

In the context of Thai higher education, online learning has been increasing dramatically during the COVID-19 pandemic which is a sudden shift of the use of technologies. Online courses require students to consider new ways to prepare, organize, engage, and complete course requirements. In terms of technical skills and competencies, several research on this aspect has focused on the roles of computer skills and information seeking skills (Cho & Shen, 2013; Martin, Stamper, & Flowers, 2020). Chomphuchart (2017) found that Thai university students frequently used the Internet at home with the limitation of server capacity. Nevertheless, a large number of Thai students reported that they were good at basic Internet applications. In terms of online platforms used in Thai higher education institutions, zoom, Google Meet, Microsoft Teams, and WebEx are commonly utilized (Somabat & Tuamsuk (2021). Since these platforms have been widely used in higher education institutions in Thailand, both lecturers and students tend to be familiar with and effectively use them in teaching and learning. In addition, Google Classroom is a mutually beneficial system for lecturers and students accompanying videos of lectures for students to study after class.

Many researchers have found that personal commitment is a factor that is associated with students' readiness for online learning (Sharp, L. A., & Sharp, J. H., 2016). Online instruction also requires explicit and expected time commitment, and due dates for all required course assignments (Bozarth, Chapman, & LaMonica, 2004; Terry & Doolittle, 2006). Besides, self-discipline and self-time management are considered as personal commitment which have been found essential to online education as students have to participate in asynchronous online classes on their own time which seem to be challenging to those students.

In terms of motivation, Fagan et al. (2008) divide motivation into intrinsic motivation and extrinsic motivation. For intrinsic motivation or internal motivation is vital to individuals' spontaneous curiosity and exploration that drives individuals with a psychological force to do something for their pleasure (Oudeyer & Kaplan, 2009). Extrinsic motivation or external motivation is associated with a psychological force to achieve a goal to obtain a different consequence such

as a prize or praise from others (Eom & Ashill, 2016). Both intrinsic and extrinsic motivation then affect students' learning outcomes (Fagan et al., 2008).

According to the outbreak of the COVID-19, online learning is no longer an innovation but has become the norm in a majority of the universities in Thailand. Even though many studies on student readiness for online learning have been conducted, it is important to examine how students are being exposed to online learning and their perceptions of using online learning as a medium of teaching and learning process these days. Factors such as technological skills, personal commitment, and motivation have been investigated to determine students' performances through online learning. In line with this research, the present study also examined the students' attitudes towards those factors in online learning.

The purposes of this study were to examine students' perceptions of their readiness for online learning during the first wave and the current situation in the COVID-19 pandemic, to investigate students' uses of electronic devices in response to an online learning environment, and to examine the factors associated with their online education. The research questions were:

1. What are students' perceptions of their readiness for online learning?
2. What are technological skills, personal commitment, and motivation that students consider as important for their online learning?

RESEARCH METHOD

This research followed an explanatory research method with a quantitative data collection and analysis. The data collection took place in the 2021 academic year at a university in Thailand.

Participants

The population in the present study was pre-service teachers from the Faculty of Education at Ramkhamhaeng University, Thailand. There was participation attrition, with 87 beginning the survey, and 69 completing it. These participants were pre-service teachers majoring in English. They enrolled in the courses during the summer semester of the 2020 academic year and the first semester of the 2021 academic year. Students' background information shows that most of the respondents were female ($n = 49$, 71%). Of the 69 respondents, over 60 percent reported that they spent more than 6 hours using the Internet.

Research instrument

An online questionnaire was developed for this study after reviewing the literature and surveys (Martin, Stamper, & Flowers, 2020; Petchprsert, 2020; Warner, Christie, and Choy (1998). Experts reviewed the survey questions and used the Item of Congruence (IOC) to validate the questions related to technological skills, personal commitment, and motivation. The feedback from experts was used to improve the questionnaire for the present study. This online questionnaire was administered using Google Forms. The questions were developed to ask for information about individual background information, uses of electronic devices, perceptions of online learning, technological and computer skills, personal commitment, and motivation.

Data collection

The calls to participate in this study were initially posted on LINE groups which were of courses offered for English major students at the target university. Interested participants were directed to the consent form and the online survey. The consent form was on the first segment of the survey and only people who agreed to participate would be directed to the survey questions. Participants were asked to answer both close-ended questions and open-ended questions. The data from the survey were kept anonymous. The quantitative survey data were analyzed using descriptive statistics to summarize the data describing the uses of online applications, electronic devices, and other factors related to readiness for online learning. Descriptive statistics (frequency and percent) are reported at the item level.

RESULTS AND DISCUSSIONS

As previously mentioned, the data concerning technological skills, personal commitment, and motivation were analyzed in response to the research question.

Of the 69 participants, it was found that 94 percent ($n = 65$) reported that they took online courses during the first wave of the outbreak, compared with 60 respondents (87%) who took online courses during the current outbreak slightly different. When the respondents were asked about their first thing that came to mind about online learning during the first outbreak, the largest number of the responses ($n = 31$, 45%) indicated that online learning saved their time on the road, protected themselves from COVID-19 ($n = 17$, 25%), and saved their traveling expenses ($n = 15$, 22%). As compared to those results, a large number of the respondents reported that online

learning helped them save time on the road ($n = 35, 50.7\%$). The respondents were also asked about the application (s) they used during these outbreaks. During the first wave of COVID-19 pandemic, the respondents used Google Classroom ($n = 61, 88\%$), Google Meet ($n = 59, 86\%$), and zoom ($n = 58, 84\%$) respectively, compared to the current pandemic that the majority of the respondents used Google Meet ($n = 57, 83\%$), Google Classroom, and zoom at an equal number ($n = 48, 69.5\%$). Agung et al. (2020) and Nartiningrum and Nugroho (2020) also found that Google Classroom, zoom, and Google Meet were most selected by Indonesian students as their online learning platforms. The results of this study also pointed out that the respondents have used applications and studied online for nearly one academic year, so they perceived that English was useful for their online learning ($n = 69, 100\%$). A majority of the respondents reported that laptops were mainly used for their online learning in both the first wave and the current outbreak ($n = 36, 52.2\%$) and ($n = 42, 60.9\%$) respectively. Likewise, Dello Stritto and Linder (2018) found that students preferred laptops for accessing their learning management system and learning with simulations. Since electrical devices are crucial for online learning, these results demonstrate that the respondents were able to use their technical skills with their devices in their online learning.

To investigate research question 1, the responses regarding each item of perceptions are shown in Table 1. The respondents identified their answers using TRUE, FALSE, or NOT APPLICABLE to each statement.

Table 1: Perceptions of Readiness for Online Learning ($n = 69$)

Item	Statement	Frequency (n)		
		True (%)	False (%)	Not Applicable (%)
1	I can participate regularly in online discussions and other online class activities.	55 (79.7%)	11 (15.9%)	3 (4.3%)
2	I can identify main ideas and analyze various types of texts.	48 (49.6%)	18 (26.1%)	3 (4.3%)
3	I am comfortable to learning in various formats of instruction.	56 (81.2)	11 (15.9)	2 (2.9%)
4	I am a self-directed learner who can achieve my educational goals with minimal guidance from an instructor.	44 (63.8%)	22 (31.9%)	3 (4.3%)

5	I can express my ability through my writings and ask for assistance when necessary.	50 (72.5%)	14 (20.3%)	5 (7.2%)
---	---	---------------	---------------	-------------

According to Table 1, a majority of the respondents perceived that every statement was true about themselves. Most of them were comfortable with different online teaching formats ($n = 56$, 81.2%) and they were willing to participate in online class activities including online discussions. These results were associated with feedback from the respondents, stating that they had electronic devices and Internet connection. Therefore, they were ready for online activities. Likewise, Phalitnonkiat et al. (2020) found that their students were confident in applying Internet and computer mediated communication in online learning.

Over 70% of the respondents ($n = 50$) identified that they were able to express their ability through writing assignments and asked for assistance when needed as they considered themselves as self-directed learners ($n = 44$, 63.8%). Likewise, many studies found that successful online learners seem to have higher self-directed learning in their study, leading to academic success (Cho & Shen, 2013; Lin & Hsieh, 2001). The results also show that most of the respondents took online courses at the time of survey, and it was not their first time experiencing online learning, so they felt comfortable learning through online platforms.

All respondents were required to access online courses through various online platforms such as Google Classroom, Google Meet, and zoom. Then, they were asked to identify the technological and computer skills for online education (see Table 2).

Table 2: Technology Access and Computer Skills ($n = 69$)

Item	Statement	Frequency (n)		
		True (%)	False (%)	Not Applicable (%)
1	I have access to a computer with an Internet connection.	60 (87.0%)	7 (10.1%)	2 (2.9%)
2	I have access to computer software that is necessary in an online course.	61 (88.4%)	5 (7.2%)	3 (4.3%)
3	I know how to use a computer and how to save and locate saved files, create folders, and send an email with an attachment.	63 (91.3)	4 (5.8)	2 (2.9%)

4	I have headphones, speakers, a webcam, and microphone to use in a video conference such as Google Meet and zoom.	58 (84.1%)	8 (11.6%)	3 (4.3%)
5	I can use a web browser to search information on the Internet.	64 (92.8%)	5 (7.2%)	0 (0.0%)

According to Table 2, most of the respondents reported that they had a computer with Internet connection ($n = 60$, 87%), accessed to computer software that were necessary for their online learning ($n = 61$, 88.4%), and knew how to save files, create folders, and send email ($n = 63$, 91.3%). Over 80% of the responses indicated device ownerships ($n = 58$). Nearly 100% of the respondents reported that they were able to use a web browser to search information ($n = 64$). Through the utilization of technology, Dhawan (2020) also found that technology provided innovative solutions at times of pandemic and helped people to communicate and work virtually. Besides, ownership of computers with Internet accessibility is one of most important factors for online learning (Allam et al., 2020).

To determine the respondents' commitment and motivation, they were asked to identify if each statement could describe themselves in the online learning environment (see Table 3).

Table 3: Personal Commitment and Motivation ($n = 69$)

Item	Statement	Frequency (n)		
		True (%)	False (%)	Not Applicable (%)
1	I am confident in my ability to complete an online course, regardless of my level of interest in the course.	46 (66.7%)	17 (24.6%)	6 (8.7%)
2	I would describe myself as a self-motivated learner.	48 (69.6%)	16 (23.2%)	5 (7.2%)
3	I can complete my assignment even when there are distractions.	52 (75.4%)	13 (18.8%)	4 (5.8%)

According to Table 3, most of the respondents reported that they were confident to complete an online course ($n = 46$, 66.7%) as they identified themselves as motivated learners ($n = 48$, 69.6%).

Likewise, several researchers have mentioned that students who are self-motivated or self-directed tend to be successful in their online education (Caprara et al. 2011; Chang & Ho, 2009). The results of the present study also show that over 70% of the respondents reported that they were able to stay focused on their assignment even when they encountered some distractions.

Regarding concerns about student readiness for online learning, the respondents were asked to write statement (s) about things that they were worried about the sudden shift to distance learning. Of the 41 statements, the stability of Internet resources was their most concern over online learning ($n = 9$, 21.9%). Some respondents mentioned their lack of student-teacher interaction and communication during the pandemic ($n = 8$, 19.5%). This can be assumed that some of the respondents used unreliable Internet resources.

CONCLUSIONS AND IMPLICATION

This study examined students' perceptions of their readiness for online learning during the first wave and the current COVID-19 pandemic. The factors associated with technical skills, personal commitment, and motivation were also investigated.

Overall, the results of the study indicated the respondents' positive perceptions of their readiness for online learning during the outbreaks. Most of them reported that laptops were preferred in their learning with a larger number of respondents using Google Meet, Google Classroom, and zoom. The results also pointed out that a majority of the respondents were comfortable with different online teaching methods, as well as willing to participate in online discussions and activities. As they were confident in their technical skills to achieve their academic goals through distance learning, the abilities to use computers were then considered as a factor influencing their motivation and confidence in online education. While many were ready for their online courses, some of the respondents were concerned about the stability of Internet connection and ways to interact and communicate with their classmates and instructors during the school closure. With the account of personal commitment and motivation to study online, many respondents described themselves as self-motivated learners that was a crucial factor to academic success in online learning. The limitations of this study should also be addressed in future studies. First, the respondents in this study were pre-service teachers majoring in English, so the results may be less generalizable to other contexts. Future research may recruit a larger number of students from different fields of study. The results have implications for students who

take online courses during the COVID-19 pandemic. In studies, researchers may examine individual background and other factors that might affect student readiness for online learning during the outbreak.

Acknowledgment

I would like to thank Assistant Professor Pornsuk Tantrarungroj, Assistant Professor Athip Thumvichit, and Dr. Chittra Chantragatravi for their expertise and guidance. They were my valuable sources of suggestions for this study. Thanks to the participants, without your support I could not have done this study. Any opinions, findings, and conclusions or recommendations expressed in this paper are those of the author and do not reflect the views of the university.

References

- Agung, A. S. N., Surtikanti, M. W., & Quinones, C. A. (2020). Students' Perception of Online Learning during COVID-19 Pandemic: A Case Study on the English Students of STKIP Pamane Talino. *Soshum: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 10(2), 225-235. DOI:10.31940/soshum.v10i2.1316.
- Allam, S. N. S., Hassan, M. S., Mohideen, R. S., Ramlan, A. F., & Kamal, R. M. (2020). Online Distance Learning Readiness During Covid-19 Outbreak Among Undergraduate Students. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 10(5), 642-657. DOI:10.6007/IJARBS/v10-i5/7236.
- Bozarth, J., Chapman, D. D., & LaMonica, L. (2004). Preparing for distance learning: Designing an online student orientation course. *Educational Technology & Society*, 7(1), 87-106.
- Chakraborty, P., Mittal, P., Gupta, M.S., Yadav, S., Arora, A. (2021). Opinion of students on online education during the COVID-19 pandemic. *Human Behavior and Emerging Technologies*, 3, 357- 365.
- Chen, Y., Wang, Y., Kinshuk, & Chen, N. (2014). Is FLIP enough? Or should we use the FLIPPED model instead? *Computers & Education*, 79, 16-27.
- Cho, M., & Shen, D. (2013). Self-regulation in online learning. *Distance Education*, 34, 290-301.
- Chomphuchart, N. (2017). Thai University Students' Attitudes toward the Use of the Internet in Learning English. *Rangsit Journal of Educational Studies*, 4(1), 13-30.

- Chung, E., Subramaniam, G., Dass, L.C. (2020). Online learning readiness among university students in Malaysia amidst Covid-19. *Asian Journal of University Education*, 16(2), 46-58.
- Dhawan, S. (2020). Online Learning: A Panacea in the Time of COVID-19 Crisis. *Journal of Educational Technology Systems*, 49(1), 5-22. DOI:10.1177/0047239520934018.
- Dello Stritto, M. E. & Linder, K. E. (2018). *Student device preferences for online course access and multimedia learning*. Corvallis, OR. Oregon State University Ecampus Research Unit.
- Eom, S. B., & Ashill, N. (2016). The determinants of students' perceived learning outcomes and satisfaction in university online education: An update. *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, 14(2), 185-215.
- Fagan, M.H., Neil, S., Woodridge, B.R. (2008). Exploring the intention to use computers: an empirical investigation of the role of intrinsic motivation, extrinsic motivation, and perceived ease of use. *Journal of Computer Information System*, 48(3), 31-37.
- Kenan Foundation Asia (2020). 3 consequences of COVID-19 on Thailand education. Retrieved from <https://www.kenan-asia.org/covid-19-thai-education>.
- Kimiloglu, H., Ozturan, M., Kutlu, B. (2017). Perceptions about and attitude toward the usage of e-learning in corporate training. *Computers in Human Behavior*, 72, 339-349.
- Lei, S. I. & So, A. S. I. (2021). Online teaching and learning experiences during the COVID-19 pandemic - a comparison of teacher and student perceptions. *Journal of Hospitality & Tourism Education*, 33(3), 148-162. DOI: 10.1080/10963758.2021.1907196.
- Martin, F., Stamper, B., & Flowers, C. (2020). Examining student perception of their readiness for online learning: Importance and confidence. *Online Learning*, 24(2), 38-58. DOI:10.24059/olj.v24i2.2053.
- Moore, M. G. (2013). *Handbook of distance education* (3rd ed.). Routledge.
- Mukhtar, K., Javed, K., Arooj, M., Sethi, A. (2020). Advantages, limitations and recommendations for online learning during COVID-19 pandemic era, *Pakistan Journal of Medical Sciences*, 36(COVID19-S4): COVID19-S27-S31. DOI:10.12669/pjms.36.COVID19-S4.2785.
- Nartiningrum, N., & Nugroho, A. (2020). Online Learning amidst Global Pandemic: EFL Students' Challenges, Suggestions, and Needed Materials. *ENGLISH FRANCA:Academic Journal of English Language and Education*, 4(2), 115-140. DOI:10.29240/ef.v4i2.1494.

- O'Donoghue, J. (2004). A comparison of the advantages and disadvantages of IT based education and the implications upon students. *Interactive Educational Multimedia*, 9, 63-76.
- Oudeyer, P. Y., & Kaplan, F. (2009). What is intrinsic motivation? A typology of computational approaches. *Frontiers in neurobotics*, 1, 6.
- Petchprasert, A. (2020). Student readiness for online learning: a case study of COVID-19 outbreak in Thailand. *Proceedings of the 12th NPRU National Academic Conference Nakhon Pathom Rajabhat University, Thailand*.
- Phalitnonkiat, P., Nuengchamnong, T., Suriyapornpun, S., Singhapant, N., Seanghom, P., Inman, W., Chanonmetarat, A., Pinkrua, A., & Okoshi, Y. (2020). understanding students' readiness for online learning during COVID-19: case study at Burapha University International College. *Proceedings of the 5th TICC International Conference 2020 in Multidisciplinary Research Towards a Sustainable Society, Thailand*.
- Sharp, L. A., & Sharp, J. H. (2016). Enhancing student success in online learning experiences through the use of self-regulation strategies. *Journal on Excellence in College Teaching*, 27(2), 57-75.
- Somabat, A., & Tuamsuk, K. (2021). Online Teaching and Learning Ecology in Thai Higher Education during the COVID-19 Pandemic. Higher Education - New Approaches to Accreditation, Digitalization, and Globalization in the Age of Covid. DOI: 10.5772/intechopen.100222.
- Sweeny, S. M. (2010). Writing for the instant messaging and text messaging generation: Using new literacies to support writing instruction. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 54, 121-130.
- Tang, Y. M. Chen, P. C., Law, K. M. Y., Wu, C.H., Lau, Y., Guan, J., He, D., Ho, G.T.S. (2021). Comparative analysis of student's live online learning readiness during the coronavirus (COVID-19) pandemic in the higher education sector, *Computers & Education*, 168, 1-17. DOI:10.1016/j.compedu.2021.104211.
- Terry, K. P., & Doolittle, P. (2006). Fostering self-regulation in distributed learning. *College Quarterly*, 9(1), 1-8.
- United Nations, (July, 2020). Social impact assessment of COVID-19 in Thailand.
- Warner, D., Christie, G., & Choy, S. (1998). Readiness of VET clients for flexible delivery including on-line learning. *Brisbane: Australian National Training Authority*.

Implementing an Accounting Shared Services Center: The Case of SCG Corporate Accounting Office

Dej-anan Bungkilo, Chatrudee Jongsureyapart, Siroj Anomasiri

School of Management, Mae Fah Luang University

Abstract

This research examines how SCG Corporate Accounting Office transformed its cost center to value creation center. Specifically, the article objectives are to investigate 1) design, implementation, and transformation processes, 2) organizational structure, mechanism, and strategic management, and 3) value creation generated by SCG corporate accounting office. Drawing on Eisenhardt (1991) and Yin (2009)'s a deep single case study approach, this study obtained 3 types of data consisting of 1) document data from the Corporate Accounting Department and document data from other sources that are reliable, 2) data from interviews with executives, totaling 5 people and, 3) data from direct observations obtained from field notes. The conceptual framework of this research is guided by change management theory and shared service centers (SSC) concept. The results shows that SCG Corporate Accounting Office did not move to change its organization quickly. A great deal of effort was required in the first two years of communication and education to employees before establishing an accounting shared services center because SCG managed its people with great care, and it did not lay off employees. In this case, leadership is necessary contributed to effectiveness of design, implementation, and transformation processes. Additionally, the findings indicate that the organizational structure with a management team form of governance is influenced by original SCG culture. Mechanism requires planning, people, and processes, with technology as the accelerator. Finally, the research finds that SCG Corporate Accounting Office plays an important role in creating value at the 1) individual level, 2) organizational level, and 3) profession level.

Keywords: Accounting Shared Service Center, Value Creation Center, SCG Corporate Accounting Office

Introduction

The organizational structure of a for-profit organization was originally intended to divide the line to delegate authority and responsibility to executives and employees at various levels. These

may be referred to as departments, divisions, entities, or business units. The design of divisions within such an organization can be divided into groups called responsibility centers can be divided into 4 types: 1) revenue center, 2) cost center, 3) profit center, and 4) investment center.

From the above organizational structure, we can see that the accounting service is a cost center whose main activities consist of serving other parts of the organization that is not profitable. It is a business unit that only generates costs and expenditures, which makes the accountant's role in this type of organization less important and the added value to the organization is limited. Thus, the idea of converting cost centers like the accounting department into an organization value creation center began in the early 1990s (Cacciaguidi-Fahy, Currie & Fahy, 2002). It is a form in which an organization operates by merging common business functions with previously separate divisions with independent operations in a subsidiary or subsidiary. Be a centralized unit to deliver services to all affiliates by calling this shared service center (Ulrich, 1995).

For example, there is an accounting service that is responsible for accounting and preparing financial statements. Specifically in a company for operations in the form of a joint service center for supporting work, shared accounting services center has a major management concept that is a form of pooling accounting personnel from all affiliates together. Provides accounting services in a variety of dimensions for all national and international affiliates, divided into 1) recording accounts, 2) reporting & analysis, 3) accounting system & process development / it supports, and 4) accounting professional standards & taxation.

The Shared Services Centre is a business tool to improve organizational effectiveness. More precisely, the objectives of the Shared Services Centre are to 1) reduce redundant work, make work efficiency, better services, increase customer satisfaction, 2) focus on improving the quality of service, 3) reduce costs, 4) elevate the working standards and use modern technology to assist workforces, 5) be able to move resources to carry out other tasks that constitute the core work, and 6) provide flexibility in the event that new services or jobs are added.

To support change and stable business development, the Siam Cement Public Company Limited has set up a central accounting service center as a shared services center. It provides accounting support functions to Siam Cement's business units. Ideally, the Siam Cement had adapted and modified the accounting business model by assigning a new role as a business partner. Of the importance of the shared services center as mentioned above. Researchers are interested in studying the research objectives as follows:

Objectives

1. To study the design process of the SCG accounting shared services center, its application, and the transition from a cost center to a value creation center.
2. To study the structure, mechanism, and management strategy of the SCG accounting shared services center.
3. To study the value created by the Corporate Accounting Department (CAD), the Siam Cement Public Company Limited (SCG Group).

Literature Review

Change management theory: change management is a systematic approach to the transition or transformation of organizational objectives, processes or technologies. The goal of change management is to implement strategies to bring about change, control change and help people adapt to change. There are a number of models of change in the literature to guide and instruct the implementation of significant organizational changes. Three of the best known are Kotter's eight-step strategy model to transform organizations (Kotter, 1995), Jick's ten-step tactical model to implement change (Jick, 1990), and General Electric's (GE) seven-step change acceleration process model (Garvin, 2000).

Shared Service Centers (SSC) are management tools aimed at reducing the cost of an organization. It is a cost reduction by using joint operations from multiple departments such as the finance department, and the information technology department. customer service department human resources department. This is usually a department that is a back office or a support department. Based on previous research, different types of incentives were explored when allowing organizations to establish a shared service center. Two of the main motivations that drive an organization to move from a status quo model to a co-operative center are put in place. First, economic factors, that is, they establish joint service centers to reduce operating costs (Cooper, Holderness, Sorensen, & Wood, 2022). Second, strategic incentives, to improve the quality of operational management and improve work processes to be able to compete with competitors (Downey, & Westermann, 2021).

Research methodology

The research method used in this study was a deep single-case study. The unit analysis is the Corporate Accounting Department, the Siam Cement Public Company Limited. The

research method was designed according to the guidelines of Eisenhardt (1991) and Yin (2009) as follows:

Research in the form of a case study is an empirical research method when it involves the study of specific problems or phenomena in the unit requiring in-depth analysis in the context of real-life work (real-life context). In addition, the area that needs to be studied must be able to provide important knowledge that has not been studied. The identification of a case study or unit of analysis is the first step in a case study-based research design. It is the Corporate Accounting Department, the Siam Cement Public Company Limited. The unit of analysis is notable for being Thailand's first accounting service center and serves as a model for other large firms to utilize as a reference point for establishing a shared service center. A case-study methodology utilized in this research is accordance with the advice of Eisenhardt (1991) and Yin (2009).

This study obtained the following types of data consisting of 1) document data that the Corporate Accounting Department can provide and document data from other sources that are reliable, 2) data from interviews with executives at various levels of the Corporate Accounting Department, totaling 5 people, and 3) data from direct observations obtained from field notes.

Interviewees	Role	Duration (minutes)
A	Chief Executive	53
B	Director	Group interview: 258
C	Team member	
D	Team member	
E	Former Manager	56

Table 1: Basic data of interviewees

In the data analysis process, this research follows the techniques of Miles and Huberman (1994) as the main method to analyze, summarize, evaluate, and respond to research questions using all the interview data, field notes, and observations. First, organizational approaches for matching patterns of similar and contradictory data are used to demonstrate the validity of the analytical findings by comparing the results to the theoretical triangulation, which serves as a guideline for data analysis. The two researchers will examine the data independently. Next, the results of the analysis will be compared and reviewed with the theory and interview data. Finally, all researchers reviewed the findings and delivered conclusions.

Research results

The beginning of the transition from being a cost center to a value creation center of the Corporate Accounting Department.

In 2000, the idea of creating an accounting department as a shared services center first emerged. How to make the accounting department valuable and profitable was the main concern at SCG Group. Thus, the organization started to spread this idea. Reconstructing the accounting support department in its original form as a service center for accounting work was something top management talked about at a meeting of its executives. However, at this early point, no formal policy had been announced. Management recognized the importance of this issue. They were concerned that it will have an impact on numerous accounting department staff. Therefore, there needed to be a strategy for a smooth transition within the organization. Importantly, they did not lead to opposition within the organization or against this policy. It was, therefore, shrouded in secrecy, just a top executive-only working group. The accounting department's initial focus was on the key objectives of this transition, which include welfare, wages, and labor laws. The move to this new type of work must not negatively affect employees, according to management:

"In 1997, during the Tom Yum Kung Crisis, SCG wanted to develop the entire business and organization and search for ideas to improve the accounting work. Starting from 2000–2001, it started to change. Shared service is an interesting management model. If we do not change, we will most likely fall behind others." –Director

Establishing the Corporate Accounting Department as a shared services center had the principal aim in the initial phase, which was to reduce operational costs, improve execution quality management and enhancement of work processes to be able to compete with competitors. At the management meeting, they talked about transforming the support units into units that elevate the level and increase the capacity of the accounting department. First, SCG wanted businesses to focus on their core business and minimize the burden of caring for support agencies. Second, to ensure effective control systems, the Corporate Accounting Department was the primary function responsible for providing information to senior management for administrative control, such as warehouse control, cash flow control, and performance control. In addition, it was intended to provide significant information on the decision-making at the business group level of all affiliates of the Siam Cement Public Company Limited. Third, to reduce the cost of doing

business and jointly create benefits for the business units that were customers of the Corporate Accounting Department.

Corporate Accounting Office Services Shared Services Journey

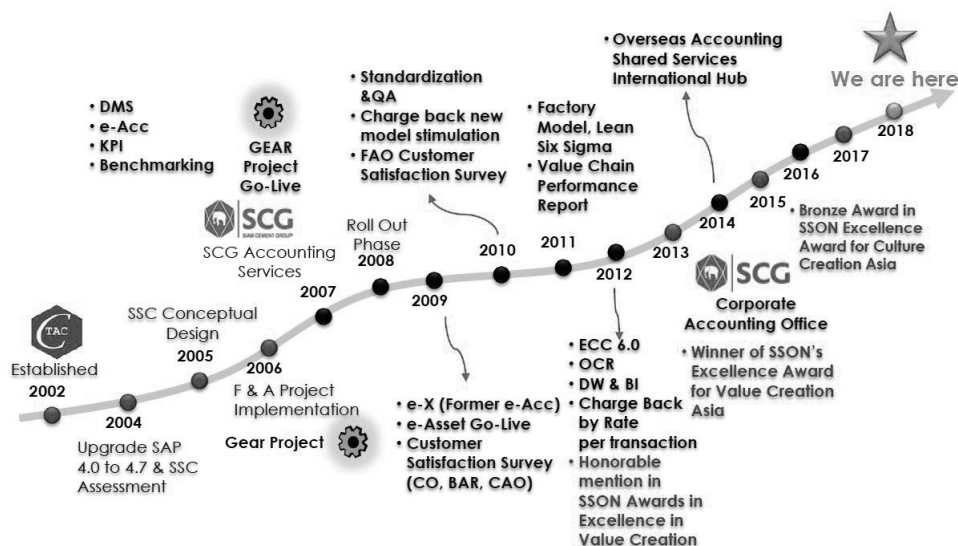


Exhibit 1: The SCG Accounting Shared Service Journey

“We want to achieve something. Like trying to be world-class when it comes to a shared service center. The question is, how do we get there? Subsequently, a consulting firm was hired for the transformation period. In other words, we think it's going to be slow on our own. At that moment, I began to have the idea of changing the name of the department. We changed the name to SCG Accounting Services and enhanced it to SCG Accounting Services Co., Ltd.” – Director

1. Design process, Implementation and Transition

“We started with the same organic organizational structure, but after examining a shared service overseas, we realized that everything needed to be standardized. The important element around shared services were process design. We adapted and began using Accenture as a mentor after a certain level of evaluation.” – Chief Executive

The process of transforming the organization from the traditional operating model to the establishment of a joint service center has 5 important processes, which are:

1) Organization design

The structure of the accounting firm has continually evolved and changed since the establishment of the organization in 2002. Currently, the organizational structure is organized

according to an organization's vision, which provides services to reach the leading accountancy work in the region and create value for the Siam Cement Group:

‘SCG’s Account will be one of the best regional finance shared services centers, providing services primarily to SCG and dedicated through our happy professional accountants by working innovatively to deliver high level of services with value creation for SCG business.’

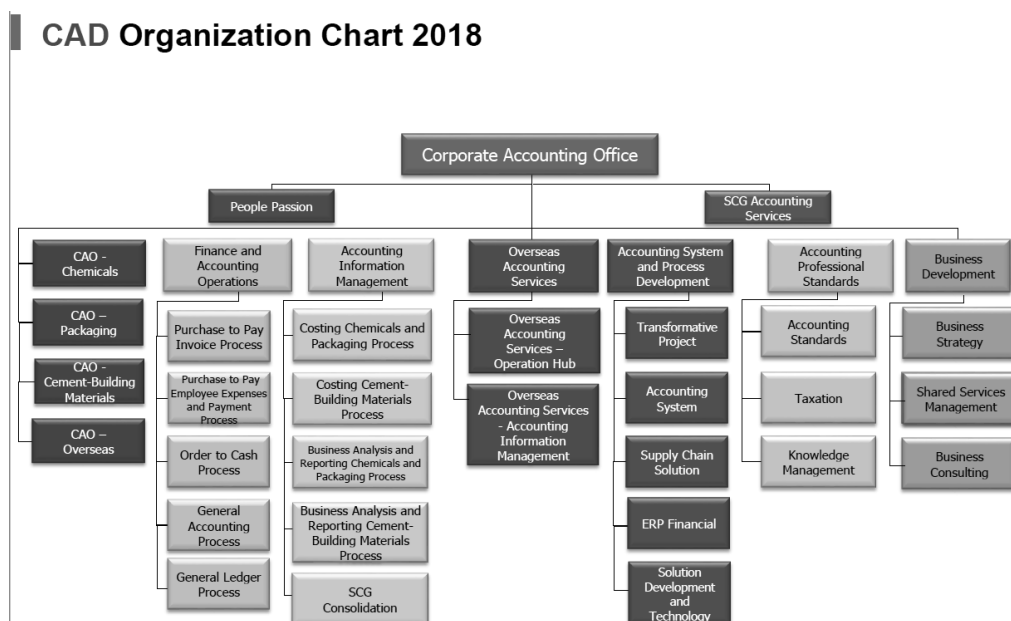


Exhibit 2: The SCG Shared Accounting Services Center Organization Chart in 2018

Work process design

The design of the first stage of work began by replicating best practices within the organization. Survey the work of accountants from all affiliates to see where they had the best processes and used them as a model. In addition, lessons learned from other organizations' best practices enable separate studies for each accounting function, such as accounts receivable, accounts payable, capital asset management, etc. In this phase, emphasis was placed on adjusting how quickly work was done. Obtaining the best work process at that time, it was announced as a work manual for each function. Additionally, it was the work design that responds to the differences between each business unit that was a client. Each group of accountants continued to manage its respective business unit, dealing primarily with one client.

The second phase of the design was a process-based functional design. By emphasizing this process, the accountant's job was no longer related to looking after a single client. Rather, accountants were able to work on a process for several business units. An

important aspect of the process redesign at this point was the presence of a dedicated HR function within the organization. Reskill was the creation of new skills required to perform tasks according to the redesigned workflow. In addition, upskill was the development of upgrading existing skills to support the upgrade of services to business units according to the new plan. This phase of work conformed to the system (workflow), including the standards of storage of accounting documents. This represented the beginning of the use of a management framework that facilitates access to an internationally standardized shared service center.

Functional design phase 3 was a design that emphasizes development and value creation for clients or business units that deliver services (business development and value creation). The workloads and manpower of accountants as well as the process had suitable jobs. What process was not in place? and which process was overworked for surplus jobs. A business unit support had been established to provide consulting services in various areas for business units of the Siam Cement Group, including SAP implementation, accounting system implementation and accounting services, etc.

2) Change management design

Starting in 2005, consideration was given to hiring a consultant to launch the project in 2006, given the desire to design a successful organization, the standard which was essential to a shared services center was process design and change management design. The outcome of hiring a consultant, Ascenture Consultancy Services (ACS), led to a self-evaluation (self-assessment) at the accounting department. What was this process? What services did the department provide? How was the workflow? In 2006, the department identified best practices within the accounting department and started to do gear project. Ascenture collected information within the department in various aspects, which aims at designing work that was intended to be an organization in the form of a world-class shared services center. It was interesting to note that the transformation process within the organization was dynamic on an ongoing basis and that changes in many processes always come with barriers. It was one of the benefits of hiring a consultant to contribute to the transformation of the organization. An external consultant discussed and directed change on several issues, facilitating the transition rather than being manually led by people in the organization. The corporate image had been changed to SCG Accounting Services Company Limited to support the new business model. This new brand created awareness and trust among clients early on because the SCG brand was initially believed

by public. It created pride for the employees of the organization that they were part of SCG. They were proud to be part of SCG and when they communicated with clients. In fact, it was built confidence in business negotiations.

3) Designing application processes for success

Enterprise Resource Planning (ERP) technology was used, the SAP system, prior to the 1997 economic crisis and underwent major modernization in 2004. However, the technical department of technology remained a central unit of the head office of Siam Cement, not yet under the supervision of the Corporate Accounting Department. Following the improvement of the work process, the result was that the work process was more efficient. From the beginning, the work plan focused on cost savings and the delivery of quality services that were not less than the original when SCG Accounting Services Company Limited was created. It moved into the era of focus on creating value for business units (value creation), giving importance to being a business partner with business units. While this was a work process that emphasizes creating value for business units. But it also achieved reducing costs in the work process and increasing the efficiency of the work simultaneously. Key drivers that improved the successful application process were a skilled workforce and supportive technology that contributes to service value creation.

The fact-finding process was a common process among members of the organization. Not all projects or plans implemented would achieve the intended results for each project. But learning from mistakes was a process of insertion which occurs periodically due to the vision of the organization to become a leader in the accounting profession. Of course, there were risks associated with this. However, this was a risk that could be assessed at that time and fixed it as soon as they found.

2. Structure, mechanism, and management strategies

1) Good governance structure

"We have a concern about governance design. If you are moving to a shared service center, you must have elements of a good governance structure. What's the matter with them? You need standardized process control and quality assurance. Performance measurements are required. You must establish a service arrangement between the center and the client. Then there are various reports which need to be done and surveys of internal and external clients." –
Director

Designing a good governance structure was one of the cornerstones of being a shared services center. The SCG Shared Accounting Services Center is as follows:

Shared Services Management Framework

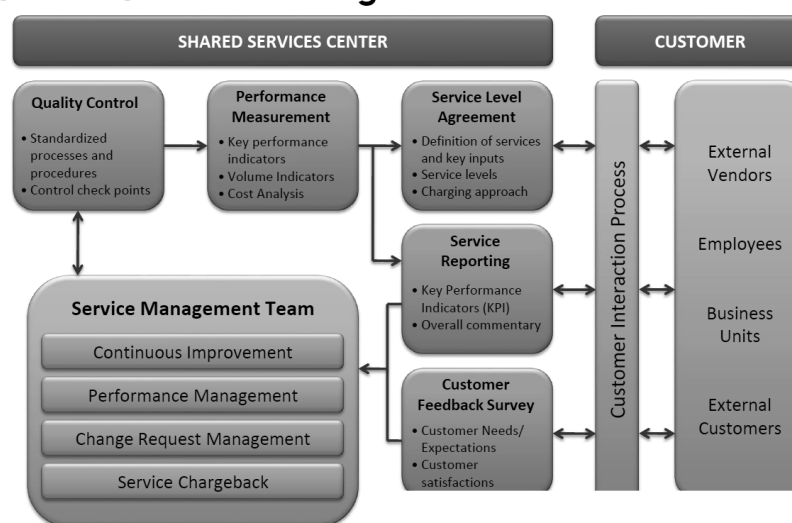


Exhibit 3: The SCG Shared Accounting Services Center

2) Strategic planning

It is the process by which the center is planned in response to change. Providing services to clients that have come to use the service as a value to increase competitiveness.

“A leader of an organization should be an expert in accounting, finance, and management. This is considered an important element in the strategic planning of the Shared Services Centre Lead and their plan is: 1) senior management wanted businesses to focus on their own accounting expertise, don't worry about support work. In other words, support work in different fields must be completed, 2) effective monitoring and control requires sound accounting control systems and a clear and auditable user manual, 3) the organization needs a plan on how the accountant of the organization can get up to speed and be able to develop better, 4) how to maximize benefits while keeping costs to a minimum by maintaining the level of benefits.” – Director

The SCG Shared Accounting Services Center's strategy is to 1) provide quality services, 2) create value as a business partner of clients, and 3) aims to become a world-class shared services center.

3) Cooperation mechanism

It is an issue related to the shared service center with service recipients with the goal of adding value together. How can the shared services center work together with the clients that

come to use the service smoothly? The cooperation is multisectoral, for instance, the installation and use of new technologies will be coordinated with the technological headquarter of the Siam Cement Group. Ultimately, the technology of the shared service center will inevitably be connected to the central technology.

In terms of designing the work processes and accounting systems that provide services, you have to work with the Internal Audit Office. More importantly, accounting systems will be evaluated to determine any weaknesses in internal controls and to make improvements through processes. The process of cooperation within the organization is an important mechanism in the value chain for providing quality value, with human resources at its core.

3. The Role of the SCG Shared Accounting Services Center in Creating Value

The change of cost center to the CGS Shared Accounting Service Center leads to an organization that has a role in creating value. This research focuses on the results on 3 levels:

1) Individual

Accounting staff in the case of working in a subsidiary or affiliated company before organizing the accounting department to be the shared accounting services center, the importance of accountants, usually as support staff, has limited professional promotion in several organizations. Therefore, the shared accounting services center is the starting point to ask questions about how employees in the accounting profession can grow. Increase the level of career advancement to be on an equal footing with other occupational fields in the Siam Cement Group.

2) Organization

This involves strengthening the accounting department. Provide commercial information of the same standard across all business units of affiliates. Delivering services to these business units It is not just about publishing accurate financial reports and tax information. It also values the visualization of strategic management as well as a comment on the trends and forecasts of companies for clients. There are big data as data mining, which is useful for analyzing data at both business unit levels and big picture data for the Siam Cement Group. This data mining also contains reliable information as the shared accounting services center operates closely with the client business units. Where the information is trustworthy. Deep data analytics produce analytical results that can reliably support management decisions.

3) Profession

Be a leading organization in accounting practice that is a national and international reference point or best practice for reference. Acquire expertise in all aspects of accounting and serve as a model for other organizations or departments to learn. Accounting professionals continually develop and create new and efficient ways of working using modern technologies such as blockchain and Robotic Process Automation (RPA).

The SCG Shared Accounting Services Center has a center and uses up-to-date technology to operate. More importantly, current accountants have developed and updated their professional abilities, changed to be able to work with complexity depending on their abilities or may shift staff to work on financial statements and more data analytics.

The SCG Shared Accounting Services Center was recognized as the winner of the 2013 Shared Services Excellence Awards in the Excellence in Value Creation category held in Singapore in 2013. It was the first organization in Thailand to receive this award. It was hosted by the Shared Services & Outsourcing Network (SSON), the world's largest international network of shared services and outsourcing professionals with members in over 95 countries.

Conclusion

This research aims to study 1) the design process of the SCG accounting shared services center, its application, and the transition from a cost center to a value creation center, 2) the structure, mechanism, and management strategy of the SCG accounting shared services center, and 3) the value created by the Corporate Accounting Department, the Siam Cement Public Company Limited.

The results show that there are two major factors in moving from a normal business model to co-service centers: economic factors and strategic incentives. This conforms to the findings of Janssen and Joha (2006), Goh et al. (2007), and Paagman et al. (2015). While the transformation process into a shared service center consists of 1) corporate design, consistent with the research results of Ratz et al. (1991), and Wang and Wang (2007). 2) Workflow design, which is consistent with the findings of McCracken and Mclvor (2012) Mclvor et al. (2011). 3) Change management design, this is in line with the findings of Su et al. (2009). Finally, 4) designing an application process for success, this aligns with the conclusions of Knol et al. (2013), Lacity and Fox (2008).

The important management strategies consist of 3 key strategies. 1) A good governance structure that is linked to the duties and responsibilities in the decision-making process of the

organization and internal communication Interaction between the service provider and the client. This is consistent with the findings of Janssen and Joha (2006). 2) Management and strategy, this is a process whereby the Common Service Centre must work with other organizations that end up using the service as a value in terms of increasing competitiveness. This is in keeping with findings from Janssen and Joha (2006). 3) Cooperation mechanism. This is an issue with service centers receiving services for the purpose of adding value together. The way the joint service center works with the agencies that come and use the service smoothly. This is consistent with conclusions from Minnaar and Vosselman (2013), Maatman et al. (2010), and Howcroft and Richardson (2012).

The change from a cost center to the SCG Shared Accounting Service Centre leads to an organization with a role to play in creating value. It creates value in 3 levels consisting of 1) individual, 2) organization, and 3) profession.

When it comes to the benefits of this research. The SCG Shared Accounting Service Center is the first organization established in Thailand as a shared services center, which was a success and was accepted internationally. There is no such in-depth research on accounting service centers like this previously. Importantly, it is an open black box to create a body of knowledge about managing a shared service center which can be a model for various organizations.

References

- Cacciaguidi-Fahy, S., Currie, J., & Fahy, M. (2002). *Financial shared services centres: Opportunities and challenges for the accounting profession*. London: The Association of Chartered Certified Accountants.
- Cooper, L. A., Holderness Jr, D. K., Sorensen, T. L., & Wood, D. A. (2022). Perceptions of robotic process automation in big 4 public accounting firms: Do firm leaders and lower-level employees agree? *Journal of Emerging Technologies in Accounting*, 19(1), 33-51.
- Downey, D. H., & Westermann, K. D. (2021). Challenging global group audits: The perspective of US group audit leads. *Contemporary Accounting Research*, 38(2), 1395-1433.
- Eisenhardt, K. M. (1991). Better stories and better constructs: The case for rigor and comparative logic. *Academy of Management Review*, 16, 620-627.
- Garvin, D. (2000) *Learning in action: A guide to putting the learning organization to work*, Harvard Business School Press, Boston.

- Goh, M., Prakash, S., & Yeo, R. (2007). Resource-based approach to IT shared services in a manufacturing firm. *Industrial Management & Data Systems*, 107(2), 251-270.
- Harritz, D. (2016). Role of management devices in enacting strategy—case study of Shared Service Centre. *Journal of Accounting & Organizational Change*. Seal, W., & Herbert, I. (2013). Shared service centres and the role of the finance function: Advancing the Iron Cage?. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 12(4), 504-521.
- Harritz, D. (2018). Forming and transforming shared services: The performativity of management devices. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 14(2), 216-233.
- Herbert, I. P., & Seal, W. B. (2012). Shared services as a new organisational form: Some implications for management accounting. *The British Accounting Review*, 44(2), 83-97.
- Howcroft, D., & Richardson, H. (2012). The back office goes global: Exploring connections and contradictions in shared service centres. *Work, Employment & Society*, 26(1), 111-127.
- Janssen, M., & Joha, A. (2006). Motives for establishing shared service centers in public administrations. *International Journal of Information Management*, 26(2), 102-115.
- Jick, T. D. (1990). *The recipients of change*. In W.W. Burke, D.G. Lake, & J.W. Paine, (Eds), *Organization change: a comprehensive reader*(pp. 404-417). Hoboken, NJ: Jossey-Bass.
- Kastberg, G. (2014). Framing shared services: Accounting, control and overflows. *Critical perspectives on accounting*, 25(8), 743-756.
- Knol, A., Janssen, M., & Sol, H. (2014). A taxonomy of management challenges for developing shared services arrangements. *European Management Journal*, 32(1), 91-103.
- Kotter, J. P. (1995) Leading Change: Why transformation efforts fail. *Harvard Business Review*, 73, 59-67.
- Lacity, M. C., & Fox, J. (2008). Creating global shared services: Lessons from Reuters. *MIS Quarterly Executive*, 7(1), 17-32.
- Lepistö, L., Dobroszek, J., Moilanen, S., & Zarzycka, E. (2018). Being a management accountant in a shared services centre. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 14(1), 492-512.
- Lindvall, J., & Iveroth, E. (2011). Creating a global network of shared service centres for accounting. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 7(3), 278-305.

- Maatman, M., Bondarouk, T., & Looise, J. K. (2010). Conceptualising the capabilities and value creation of HRM shared service models. *Human Resource Management Review*, 20(4), 327-339.
- McCracken M, Mclvor R (2012) Transforming the HR function through outsourced shared services: Insights from the public sector. *The International Journal of Human Resource Management* 24(8): 1685–1707.
- Mclvor, R., McCracken, M., & McHugh, M. (2011). Creating outsourced shared services arrangements: Lessons from the public sector. *European Management Journal*, 29(6), 448-461.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis : An expanded sourcebook*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Minnaar, R., & Vosselman, E. G. J. (2013). Shared service centres and management control structure change: Exploring the scope and limitations of a transaction cost economics approach. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 9(1), 74-98.
- Paagman, A., Tate, M., Furtmueller, E., & de Bloom, J. (2015). An integrative literature review and empirical validation of motives for introducing shared services in government organizations. *International Journal of Information Management*, 35(1), 110-123.
- Ratz, J., Chenoy, N. C., & Morrison, M. J. (1991). Planning for shared services: Lessons from experiences of the Princess Margaret hospital. *Canadian Healthcare Management Forum*, 4(2), 3-21.
- Raudla, R., & Tammel, K. (2015). Creating shared service centres for public sector accounting. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 28(2), 158-179.
- Su, N., Akkiraju, R., Nayak, N., & Goodwin, R. (2009). Shared services Transformation: Conceptualization and valuation from the perspective of real options. *Decision Sciences*, 40(3), 381-402.
- Ulrich, D. (1995). Shared Services: From Vogue to Value. *Human Resource Planning*, 18(3), 12-23.
- Wang, S., & Wang, H. (2007). Shared services beyond sourcing the back offices: Organizational design. *Human Systems Management*, 26(4), 281-290.
- Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods*. SAGE Publications.

Saudi Arabia's Constructive Engagement in Muslim Majority Southeast Asian Countries

Dr. Mahbubul Haque, Sarawut Laesan

Abstract

Saudi Arabia is where Prophet Muhammad was born, as the Qur'an revealed, and the Islamic civilization started. Over the centuries, Saudi Arabia became natural leader of the Muslim world. Currently the Saudi socio-economic system has been undergoing a rapid restructuring, perhaps the most far-reaching alterations since its formation a century ago. Over the past decades, various undercurrents were swirling in the Muslim world with nations trying to dislodge Saudi Arabia from its ostensible position as the leader of the Islamic world. Saudi authorities realized that oil-based economy cannot sustain in long run and more emphasize on technological development, service and manufacturing oriented business. From that context, Saudi Arabia tries to build constructive engagement with Muslim dominated Southeast Asian countries; Malaysia, Indonesia and Brunei. After limited field work and meetings with different stakeholders, this research found that few significant changes come under the leadership of Muhammad Bin Salman to make bilateral relations above-mentioned Muslim countries. There is another important factor that China has strong presence in Southeast Asia and Saudi Arabia also going to close with Chain. Overall, this study agrees that Saudi Arabia's new approach will make balance for this region. This study adopted theory of constructivism to discuss the Saudi Arabia's engagement in Southeast Asian Muslim countries. Data were collected mainly through various secondary documents, and interview with different stakeholders in above-mentioned countries.

Keyword: Saudi Arabia, Constructive Engagement, Southeast Asia, Muslim Countries.

1. Introduction

Southeast Asia is a geographically expansive and populous region, varying economic developments, diverse religious ethnic cultures, making it one of the most competitive regions in the world today. Historically, it is not clear exactly how and when Islam came to Southeast Asia, but there is little doubt it was spread for the most part by merchants in the 12th century. Later it was widely spread through the Arab traders and scholars/holy men from Hadramawt settling in the area introduced Sufism. After the emergence of the nation state in Southeast Asia, Muslims

can be found in all countries, but the majority population in Malaysia, Indonesia and Brunei. Sizable number of different ethnic Muslims populations are living in southern Thailand, western part of Myanmar, central Vietnam and Cambodia. The Kingdom of Saudi Arabia is the site of Islam's two holiest places. From the inception of the Kingdom, the Saudi royal family has seen guardianship of the Holy Places and facilitating pilgrimage as two primary duties. Saudi Arabia is universally recognized as the key player in Muslim world. It leads the Organization of Islamic Cooperation (OIC), the Islamic Development Bank, and few other international forums related to greater interest of Muslim community in the world (Farouk & Brown, 2021). The aim of this paper to explore the Saudi Arabia's constructive engagement in Muslim dominated Southeast Asian countries such as; Indonesia, Malaysia and Brunei. The theory of constructivism adopted to understand and explore this research topic. Constructivism has agreed that states are the main factors of international relations but the way of looking of constructivism at international relations in terms of anarchy is different with both neo-realism and neo-liberalism (Weber, 2010).

2. Methodology

This paper aims to be explored the Muslim country's de facto leader Saudi Arabia's engagement in Southeast Asian region especially with Muslim dominated Malaysia, Indonesia and Brunei. All over the world Muslim population have big expectation from the Kingdom of Saudi Arabia to assist financial, religious, and structural development. Southeast Asian Muslim countries are not exceptional and they are also seeking heartiest bilateral relations with Saudi Arabia. It is possible through the constructive engagement in international arena. The methodology used for this research is a multi-site case study with the case study sites being Malaysia, Brunei and Indonesia. For this study, data were collected mainly through various secondary documents, and limited fieldwork in the above-mentioned countries. During the fieldwork, interviews were made with different categories of professionals; political leaders, academics, former diplomats, and researchers in think tanks of international relations. This study is also based on observations of the socio-political and security related issues in these countries. All the data obtained from the key informants were later transcribed into a research report. During the first phase, relevant literatures were studied to understand the role of Saudi Arabia from theory of constructivism perspectives. Constructivism's arrival in International Relations is often associated with the end of the Cold War, an event that the traditional theories such as realism and liberalism failed to account for. This phase of the study identified the Saudi Arabia's engagement in ASEAN region and how

it worked since after the Cold War. Qualitative methods allowed the researcher to access the inner reality of human experience because they emphasize the importance of examining socio-political phenomena from the point of view of participants. Accordingly, this study explored how the idea of constructivism became dominant ideas in international relations. In the second phase, this research conducted limited field work in Malaysia and Indonesia. In Brunei, researcher conducted online interviews with academics. During the field study, the researcher could not talk directly with senior level of existing foreign affairs officials. It could be stated that lack of direct conversation of these informants is one of the limitations of this study.

3. Idea of Constructivism

Saudi Arabia is the natural leader of the Muslim world and consistently supporting religious, political, social, and financial matters since last several decades. These commitments have strengthened Saudi Arabia's relationship to Islam and its reach, influence and impact on the Muslim world at large, which has, in turn, bestowed on the country immeasurable prestige and soft power that, by some measures, is unparalleled. Consequently, Saudi Arabia has become interconnected and interlocked with the Muslim world (Sarhan, 2021). In engaging with Southeast Asia, Saudi Arabia is primarily acting in its own self-interest, to preserve its leadership of the Islamic world and grow trade ties. However, this commitment has plenty of ramifications for the region (Naishad Kai-ren, 2021). After collapse of the Soviet Union and end of the Cold War, major changes come in the theories of international relations. However, it provided the opportunity for more evolution of critical thoughts, which started since the mid-1980s. The Realist approach in international relations was criticized largely for their materialistic approaches by constructivism, which speedily boomed and was known as a theory that focuses on the social dimension of international politics.

Constructivism theory recognizes the significance of nonmaterial power (culture, ideas, language, knowledge, and ideology) as well as material power because the two powers connect and interact to build the world order. For instance, nonmaterial power works through creating and recreating intersubjective meaning. It clarifies how the material structure, states' identity, interactions and relations between states, and any other social facts should be realized and comprehended. Generically it can be stated that constructivism is a theory of international relations which claims; States are the main factors in international relations, the structure of international relations is based on social theory and norms rather than material. It means States

and their interests are an important part of the structure of international relations. Onuf, who was the pioneer of constructivism, and introduced this idea early 1990s. Later on, this theory has been expanded by other constructivists such as Kratochwil and Wendt (Zebfuss, 2004). After the cold war, the new theory has been appeared in international relations by the name of constructivism. This theory has challenged from both the rationalism and positivism about their understanding of international relations.

It can be said that all constructivists have agreed that norms and values are important in shaping and forming the international relations as well as material structures. This means beside other factors, normative can play a significant role in determining the structure of international relations (Burchill et al, 2009). According to constructivists, the international relations can be understood better by their way that emphasize on the effect of values, norms and ideas on states and they behave. It can be stated that Saudi Arabia has used religion as a source of its legitimacy to further state interests against those of rival claimants for Islamic and regional influence.

4. Saudi Arabia's Bilateral and Multi-lateral Relations in Southeast Asian Muslim Majority Countries

The religious bondage and cultural fascination make easier for Saudi Arabia to become the natural leader of the Muslim world. For Sunni Muslims world, Saudi Arabia always played vital role and have the physical claim to Islam. Prince Mohammed, through his actions and decisions, has made it clear that the kingdom's duty is to care for the two holy mosques in Mecca and Madinah and make them accessible to Muslims worldwide (Donna Abu-Nasr, 2021). Islam in Malaysia, Indonesia and Brunei shares similar values and was constructed and merged with ancient Melayu's culture in 625c. Initially spread through arts such as music and wayang (theatre), it emphasises not only moderation and compassion, but also respect for local customs (Malik & Edwards, 2018). Generically Southeast Asian Muslims follow the Shafi'e school of thought and Shia community's presence is insignificant.

Malaysia is a multiracial country with total population in 2022 is estimated at 32.7 million as compared to 32.6 million in 2021 with an annual population growth rate of 0.2 percent (DOSM, 2022). Islam is constitutionally the country's official religion, with the freedom to practise other religions. The Shariah Law in Malaysia is only applicable to Muslims and is used to resolve

conflicts relating to creed and family matters. Islam is an integral part of the Malaysian Malay culture, so much so that many Islamic rituals and practices are associated with the Malay culture. At independence in 1957, the country had to construct an international identity, which to date is still a neglected aspect of scholarship on Malaysian foreign policy. Currently, the Ministry of Foreign Affairs Malaysia maintains an overwhelming number of missions around the world, with posts in eighty-five countries (Ministry of Foreign Affairs Malaysia, 2021). Compare this to Saudi Arabia with a comparable population of 34 million and posts in forty-six countries.

Indonesia, with a population of around 275 million (representing about 40% of Southeast Asia) and the largest economy in the Association of Southeast Asian Nations (ASEAN), is set to play a more prominent role in the Indo-Pacific region in the coming years (Mason, 2022). As a non-aligned state with a preference for a multipolar world order, it also fits well into Saudi Arabia and members of the Gulf Cooperation Council long term strategies beyond traditional security ties with the United States.

Brunei, a resource-rich former British protectorate on Borneo Island with a population of about 400,000, was plunged into recession in recent years as oil prices plummeted and its crude reserves declined (New Straits Times, 2019). Since Brunei Darussalam and Saudi Arabia established diplomatic ties more than three decades ago, the relations between the two brotherly countries have continued to get stronger and have seen continuous development under the wise leaderships of both countries (Norjidi, 2020). “Brunei is becoming Southeast Asia’s Saudi Arabia,” Bridget Welsh, a Southeast Asia expert from John Cabot University stated to the AFP (Taipei Times, 2019).

On the 28th of May 2019, the Charter of Makkah was endorsed by the world’s leading Muslim scholars, and as many as 1200 prominent Islamic figures from 139 countries, representing 27 Islamic components of various sects and schools of thought, approved this charter (Saudi Gazette, 2019). This declaration, which was developed and endorsed under Saudi guidance and leadership and signed by Muslim scholars around the world, it was stated that “calls on the world to fight terrorism, injustice and oppression, stating that the duty of all is to refuse the exploitation of people and violation of human rights” (Arnaout, 2019). It is clear message to the others about the political stand of Muslim world. Saudi Arabia’s leadership role in the Muslim world is shaped by several foreign policy principles: A commitment to all Muslims globally, non-interventionism, support for Muslim deradicalization efforts, and confronting extremism. These principles are

based on its obligations toward Islam as a religion, an identity, its history and civilization, and on its commitment to a rules-based international system and to international organizations and institution. Saudi Arabia's engagement in Southeast Asia is primarily acting in its own self-interest, to preserve its leadership of the Islamic world as well as trade issues. However, this commitment has plenty of ramifications for the region (Naishad Kai-ren, 2021).

4.1 Saudi Arabia's Economic Cooperation in Southeast Asia

More than 80 years, Saudi Arabia's domination in the oil world has sharply decreased. It pumps nearly 11 million barrels of oil a day—about 1 in every 10 in the world—and sells more than 7 million of those on international markets, earning vast riches for the ruling royals and their state-owned company Aramco, whose profits rocketed to about \$110 billion last year (Walt, 2022). Due to environment issue, most of the countries have strong commitment to reduce fossil fuels. It is one of the big challenges in the energy sectors. For Saudi Arabia, the question is whether it can remain a super-power in the oil world or they would like to join the climate fight against the traditional energy policy. At the same time, Saudi Arabia's non-oil sectors economy has risen significantly. It is expected that the promising sectors of manufacturing, transport, communications, financial services, and construction would be the main players of growth in the nearest future, enabling the Saudi economy to maintain its leading position as the strongest economy in the region and one of the top economies in the world.

In 2017, the Saudi monarch's started month-long trip in Southeast and East Asia, which is strategically important areas in the economically fast-growing region. Simultaneously, Saudi Arabia also enhanced her commercial engagement and socio-political relations with this region. Saudi King Salman and his vast entourage comprised of over 1,000 people, including princes and ministers, were welcomed by the Indonesia, Malaysia and Brunei's capital city. The trip comes at a time when Riyadh is actively scouring for investment opportunities and ways to diversify its oil-dependent economy. Elina Noor, director of the Institute of Strategic and International Studies Malaysia (ISIS), a Kuala Lumpur-based think tank stated that the primary focus of the visit is economic. The main objective is to improve bilateral trade and investment between Saudi Arabia and the Muslim-majority countries in Southeast Asia. "This is to the benefit of both sides given Saudi Arabia's pressing need to diversify its economy and Southeast Asian

governments' continual desire to boost investment in their respective countries" (Mazumdar, 2017). Saudi and Southeast Asian Muslim countries economic relations were boost up by King Salman's long visit in 2017 where Memorandum of Understanding were signed in areas such as trade, education, health, culture, pilgrimage, tourism, information sharing, science and technology, civil aviation, fisheries, security, defence, and counterterrorism.

Kuala Lumpur and Riyadh have agreed to intensify contacts and cooperation between government officials and the private sector in both countries towards expanding the scope of bilateral relations to benefit both countries. A joint statement issued late yesterday following the official visit of Prime Minister Tan Sri Muhyiddin Yassin to Saudi Arabia said the visit by Muhyiddin at the invitation of King Salman bin Abdulaziz Al Saud reflected the brotherly relations and close historical ties between the governments and peoples of the two countries (Farinordin, 2021).

Recognising the importance of expanding the level of coordination and consultation to enhance their relations in various aspects of bilateral cooperation, Foreign Minister Datuk Seri Hishammuddin Hussein and his Saudi counterpart Prince Faisal bin Farhan Al Saud, also signed the minutes of the establishment of the Saudi-Malaysian Coordination Council (SMCC). Both countries agreed on the necessity to intensify and unite the efforts of the Islamic world to confront extremism and violence, reject sectarianism and move the Islamic world towards a better future within the framework of the Organisation of Islamic Cooperation, in pursuing international peace and security. It also mentioned that terrorism, which is not related to any race, colour or religion, was one of the most important issues discussed, and it was agreed on the need to intensify joint efforts to combat terrorism in all its forms and manifestations, regardless of its source. Both countries also stressed the importance of strengthening defence and military cooperation; developing areas for training and joint exercises; and exchanging military expertise.

In light of the Kingdom of Saudi Arabia's Vision 2030, the two countries also emphasised the importance of strengthening and enhancing economic and trade relations by exploring areas of investment and opportunities while increasing cooperation in the field of science, technology and food industries. These initiatives include encouraging cooperation between relevant institutions and companies in both countries, in the areas of developing smart cities, artificial intelligence and innovation.

4.2 Fighting against Terrorism and Religious-Cultural Relations

After September 11, 2001, the whole political scenario has been changed and it has severe impact in the Muslim world. It was not confined in Afghanistan or Africa, a vast and diverse region comprising the band of countries with significant Muslim populations that stretches from Morocco to the Southern Philippines. Subsequently the United States response to the attacks and started 'war on terrorism'. The war on terrorism was a multidimensional campaign of almost limitless scope. It should be mentioned that religion, politics, and culture are intertwined in the Muslim world. At a time when many Muslim countries globally have been involved in political conflicts, civil wars, and other strife, Indonesia remains a good example for practising pluralism. Ahmad (2021) argue that the Indonesian version of democracy not only disproves the myth that Islam and democracy are incompatible, but also demonstrates how Islam can be managed and maintained within a modern nation state. Indonesia is a Muslim-majority country, but Islam is not the national religion. In fact, there is no official religion mentioned in the Indonesian Constitution. The Middle East is no longer seen by the vast majority of Muslims to represent Islam—certainly not politically, and increasingly not religiously. Islam in other world regions has developed its own characteristics (Ahmad, 2021). The country is home to 13% of all Muslims and copious resources of oil and gas; the latter could help Indonesia outvie Saudi Arabia while the former stands out in its jurisdictional pluralism.

On security issues, Saudi Arabia and Indonesia signed a defence cooperation agreement (DCA) in 2014, covering training, education, counterterrorism, and defence industry cooperation, reflecting the kingdom's aim of building and expanding an indigenous defence industry. Following a similar Saudi deal with Pakistan, the counterterrorism element is compelling as it serves to limit reputational damage and enhance Saudi and Indonesian membership of the Global Counterterrorism Forum (GCTF), which is designed to share good practice. Indonesia is cognizant of the threat from radicalism and has led the Detention and Reintegration Working Group in the GCTF. Saudi and Indonesian cooperation will remain vital in containing the evolving transnational threat from proscribed terrorist groups, especially after attacks in Syria and Iraq indicate a possible resurgence of ISIS.

After increasing influence from Saudi scholars throughout the past few decades, however, there has been a change in how both countries interpret Islamic studies. In Malaysia, Saudi Arabia also donates to schools and universities to spread their views. Scholarships are given to male scholars to study at Saudi universities such as the Islamic University of Madinah. The Islamic

Science University of Malaysia (USIM) receives generous funding from the Saudis. There is a clear line between LIPIA in Jakarta, USIM in Malaysia, King Saud University in Riyadh and Islamic University of Madinah, which assists in the spread of Saudi ideology. Not all their graduates support extreme views, of course. Few cases it is well organized propaganda against the Islam in Southeast Asia.

There is a rise in extreme Islamic views triggering polarisation and conflict. Some are concerned that an increasing “Arabisation” of Malaysia and Indonesia has led to growing intolerance and division, even between Islamic adherents – creating a dichotomy of liberal and orthodox views. It has strong rumour that Wahabi and Salafi politicians are gaining stronger influence in Indonesia and Malaysia. It is noted that Malaysia benefited for instance by receiving, at least once a year by request, capital contributions from Saudi Arabia for the running of Islamic institutions, especially to the International Islamic University of Malaysia (IIUM), and also to several *dakwah* organizations as well as religious schools in Malaysia. Along with that, by executing the Islamization process in only a few government and banking institutions, rather than applying the whole Islamic Laws all over Malaysian institutions.

Apart from Malaysia, Indonesia and Brunei, sizable number of Muslim minorities live in Thailand. They are relatively poor and live mostly in the southern region of the country. The southernmost provinces of Thailand—an area often referred to as Pattani—are no strangers to conflict, having suffered several periods of violent instability in the 20th century. Indeed, the insurgency in Southernmost provinces had a negative impact on Thailand’s image in international arena. During Thaksin Shinawatra’s premiership, government policies towards the conflict caused tensions in bilateral relations with Malaysia and Indonesia several times. The Organization of Islamic Cooperation (OIC) also expressed reservations about the government’s handling of the violence in southern Thailand. Later the OIC delegation welcomed the steps of the Government of Thailand, in cooperation with Malaysia, for the constructive dialogue with Muslim groups in the South in order to develop a road map to resolve the existing problems through dialogue (OIC, 2018).

Currently, Malaysia playing the role as facilitator to resume peace dialogue between Thai Government and Malay insurgents. Civil society members of the Southern Thailand look support from the Saudi Arabia and OIC (interview, Pattani, June 2022). Recently Saudi Arabia has opted to normalize diplomatic ties with Thailand, a move largely credited to Mohammed bin Salman, the

crown prince of Saudi Arabia, who became the country's de facto leader in 2015. Direct flights between the two countries have resumed for the first time in 32 years. Saudi Arabia has lifted a ban on imports of Thai chicken, while Thailand has removed visa requirement for Saudi tourists (Takahashi, 2022). Both countries government also agreed to cooperate in working out a free trade agreement between Thailand and the six member countries of the Saudi-led Gulf Cooperation Council (GCC). It can be expected that after normalization of diplomatic relation between Riyadh and Bangkok, OIC and Saudi Government can contribute more on peace dialogue in Southern Thailand conflict.

4.3 Saudi Arabia's Involvement in Southeast Asia and China Factor

This study field work and secondary data witnessed that most of the Southeast Asian countries have economic dependence on China and it has geo-political importance. China has become its top trading partner and source of foreign direct investment in Malaysia. Saudi engagement with Southeast Asia offers both Malaysia and Indonesia the opportunity to wean themselves slightly off their deep-seated economic dependence on China. "China is Indonesia's largest trading partner, with bilateral trade surpassing \$100 billion in 2021, up by 58.6 percent year-on-year. China has been a major market for Indonesia's products such as palm oil, coal, steel, bird's nests, coffee and tropical fruits, and is now further buoyed by the RCEP deal" (Cong & Weiduo, 2022). In addition, according to a Reuters (2022) report in November, nine Indonesian companies signed contracts to sell 2.5 million tons of palm oil products valued at \$2.6 billion to 13 Chinese buyers. Chinese involvement also linked with Saudi Arabia's engagement in Southeast Asia.

Through this discussion, it can be stated that China has deep interest in ASEAN region. China appointed its first resident Ambassador to ASEAN and established its Mission to ASEAN Secretariat in Jakarta on September 2012. ASEAN and China continue to enhance political-security dialogue and cooperation through various ASEAN Plus One mechanisms. In addition, Chinese investment significantly increased in Malaysia, Indonesia and Thailand. According to a report released last year by U.K. research company Asia House, China was by far the largest trade partner for Saudi Arabia, with total transactions of \$72.3 billion in 2019, and was the second-largest partner for the UAE, after India, with \$50.2 billion (China Briefing, 2022). In future, China and Saudi Arabia can enhance multilateral relation in Southeast Asian Muslim majority countries.

5. Conclusion

Southeast Asia is home to more than 240 million Muslims -- about 42 percent of Southeast Asians, and about 25 percent of the world's 1.6 billion Muslims. Most Southeast Asian Muslims are Sunni, and follow the *Shafii* school of Muslim jurisprudence. Islam is the official religion of Malaysia and Brunei, and an officially recognized religion of Indonesia, Thailand, and the Philippines. It should be mentioned that Muslims see themselves as members of a global community (*Ummah*) that is envisioned as transcending national, ethnic, class, gender and other identities. This attachment to a transnational Islam has acquired greater currency in recent decades because of the Islamic revival that has been animating communities around the world since the 1970s. There has also been a resurgence growing out of concerns for the well-being of Muslims and Islam around the world. This article explored the Saudi Arabia's bilateral relation with Southeast Asian Muslim majority countries. This paper also briefly discussed the longstanding Southern Thailand conflict and role of Saudi Arabia. Throughout the discussion, it can be stated that current leadership of Saudi Arabia is more pragmatic to formulate her priorities regarding the foreign policy especially in Southeast Asia context. In addition, Saudi Arabia emphasized from Patrol based economy to technological and service sectors-oriented development. This prioritization will be ensured the Kingdom of Saudi Arabia's influence in Muslims world as well as make balance of power with other major powers.

References

- Ahmad, R. (2021). *Nusantara Islam: Seeking A New Balance In The Muslim World*. Retrieved from <https://www.hudson.org/human-rights/nusantara-islam-seeking-a-new-balance-in-the-muslim-world>
- Arnaout. M. (2022). *The Charter of Makkah: How Does It Advocate for The Environment?* Retrieved from <https://ummah4earth.org/en/story/9015/the-charter-of-makkah-how-does-it-advocate-for-the-environment/>
- Burchill. S and et al (2009), *Theories of International Relations*. Palgrave Macmillan, Third edition. Retrieved from https://professorbellreadings.files.wordpress.com/2016/09/scott_burchill_et_al_theories_of_intern.pdf.

- China Briefing. (2022). *Saudi Arabia China Relations - Xi Jinping on Three-Day Visit to Gulf Nation*. China Briefing News. Retrieved from <https://www.china-briefing.com/news/saudi-arabia-china-relations-xi-jinping-visit/>
- Cong, W & Weiduo, S. (2021). *China-Indonesia Trade Exchanges to Get Stronger as G20 Lays Foundation for Closer Ties*. Global Times. Retrieved from <https://www.globaltimes.cn/page/202211/1279592.shtml>
- Department of Statistics Malaysia (DOSM). (2022). Current Population Estimates, Malaysia, 2022. Retrieved from [https://www.dosm.gov.my/v1/index.php?r=column/pdfPrev&id=dTZXanV6UUDyUEQ0SHNWOVhpSXNMUT09#:~:text=The%20total%20population%20of%20Malaysia,t%20202.4%20million%20\(2022\).](https://www.dosm.gov.my/v1/index.php?r=column/pdfPrev&id=dTZXanV6UUDyUEQ0SHNWOVhpSXNMUT09#:~:text=The%20total%20population%20of%20Malaysia,t%20202.4%20million%20(2022).)
- Donna Abu-Nasr, Bloomberg, (2021). *For Long, Saudi Arabia Was Defender of World's Muslims. It Is Now Redefining That Role*. Retrieved from <https://economictimes.indiatimes.com/news/international/saudi-arabia/for-long-saudi-arabia-was-defender-of-worlds-muslims-it-is-now-redefining-that-role/articleshow/80384758.cms?from=mdr>.
- Farinordin, F. A. (2021). *Malaysia, Saudi Arabia to Expand Bilateral Relations*. Retrieved from <https://www.nst.com.my/news/nation/2021/03/672722/malaysia-saudi-arabia-expand-bilateral-relations>
- Farouk, Y. & Brown, N.J. (2021). *Saudi Arabia's Religious Reforms Are Touching Nothing but Changing Everything*. Islamic Institutions in Arab States: Mapping the Dynamics of Control, Cooperation and Contention. Carnegie Endowment for International Peace. Retrieved from <https://carnegieendowment.org/2021/06/07/saudi-arabia-s-religious-reforms-are-touching-nothing-but-changing-everything-pub-84650>
- Hunt, L. (2014). *Indonesia, Malaysia and Brunei Must Contribute Against Islamic State*. The Diplomat. Retrieved from <https://thediplomat.com/2014/09/indonesia-malaysia-and-brunei-must-contribute-against-islamic-state/>
- Malik, A & Edwards, S. (2018). *Saudi Arabia's Influence in Southeast Asia – Too Embedded to Be Disrupted?* Retrieved from <https://theconversation.com/saudi-arabias-influence-in-southeast-asia-too-embedded-to-be-disrupted-106543>
- Mason, R. (2022). *Revitalized Interactions Between the Gulf and Indonesia*. Retrieved from <https://www.mei.edu/publications/revitalized-interactions-between-gulf-and-indonesia>

- Mazumdaru, S (2017). *Affirming Muslim Friendship*. Retrieved from <https://www.dw.com/en/saudi-king-salmans-southeast-asia-trip-affirms-muslim-friendship/a-37768173>
- Ministry of Foreign Affairs Malaysia. (2021). *The Role of Malaysian Missions Abroad*. Retrieved from <https://www.kln.gov.my/web/guest/malaysian-mission>
- Nadeem Ahmed Moonakal (2020). *Opinion – Saudi Arabia’s Pivot to Asia*. Retrieved from <https://www.e-ir.info/2020/09/29/opinion-saudi-arabias-pivot-to-asia/>
- Naishad Kai-ren (2017). *Saudi Arabia’s Footprints in Southeast Asia*. The Diplomat. Retrieved from <https://thediplomat.com/2017/10/saudi-arabias-footprints-in-southeast-asia/>
- New Straits Times. (2019). *‘Brunei becoming Saudi Arabia of Southeast Asia’*. Retrieved from <https://www.nst.com.my/world/2019/04/475349/brunei-becoming-saudi-arabia-southeast-asia>
- Norjidi, D. (2020). *Ever Growing Bilateral Ties*. Borneo Bulletin. Retrieved from <https://borneobulletin.com.bn/ever-growing-bilateral-ties-2/>
- Organisation of Islamic Cooperation (OIC). (2018). *OIC Delegation Visits Southern Thailand to Assess Situation of Muslim Communities*. Retrieved from https://www.oic-oci.org/topic/?t_id=17428&t_ref=9244&lan=en
- Ouchenane, A. (2022). *Constructivism in International Relations*. Retrieved from https://www.ia-forum.org/Content/ViewInternal_Document.cfm?contenttype_id=5&ContentID=8773
- Reuters, (2022). *Indonesia To Sell 2.5 million Tonnes of Palm Oil to China*. Retrieved from <https://www.reuters.com/markets/commodities/indonesia-sell-25-million-tonnes-palm-oil-china-2022-11-11/>
- Sarhan, S.A. (2021). *Saudi Arabia the Natural Leader of The Muslim World*. Arab News, Retrieved from <https://www.arabnews.com/node/1804006>
- Saudi Gazette. (2019). *Makkah Charter Fostering Diversity, Coexistence*. Saudi Gazette. Retrieved from <https://saudigazette.com.sa/article/567635>
- Taipei Times. (2019). *Brunei Sultan Seeks Conservative Support*. Taipei Times. Retrieved from <https://www.taipetimes.com/News/world/archives/2019/04/03/2003712728>

- Takahashi, T. (2022). *Southeast Asia, Gulf Nations Draw Closer as U.S.-China Row Deepens*. Retrieved from <https://asia.nikkei.com/Spotlight/Comment/Southeast-Asia-Gulf-nations-draw-closer-as-U.S.-China-row-deepens>
- Theys, S. (2018). *Introducing Constructivism in International Relations Theory*. Retrieved from <https://www.e-ir.info/2018/02/23/introducing-constructivism-in-international-relations-theory/#:~:text=For%20example%2C%20an%20agreement%20on,is%20friendship%20rather%20than%20enmity>
- Walt, V. (2022). *Inside Saudi Arabia's Plan to Go Green While Remaining the World's No. 1 Oil Exporter*. *Time*, retrieved from <https://time.com/6210210/saudi-arabia-aramco-climate-oil/>
- Weber, C. (2010). *International Relations Theory*. Routledge, London and New York, third edition. Retrieved from <http://en.bookfi.org/s/?q=&t=0>
- Zebfuss, M (2004), *Constructivism in International Relations, The Politics of Reality*. Cambridge University Press. Retrieved from <http://en.bookfi.org/s/?q=&t=0>

Impact of airline employee engagement on the job performance

ความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงานสายการบิน

Nisara Paethrangsi^{1*}, Parnkan Vijitsanguan², Winita Hongworapipat³, Wanlapa Jandaboue⁴

นิสรา แพทย์รังษี, ปารักษ์กัญจน์ วิจิตรสงวน, วินิตา หงส์วรพิพัฒน์, วัลภา จันดาเบา

^{1,2,4}Rajamangala University of Technology Thanyaburi

³Suan Dusit University

*Corresponding E-Mail: nisara_p@rmutt.ac.th

Abstract

Airline employee engagement has been the focus of air carriers as it directly impacts their performance. Service industries with engaged employees tend to perform better customer service performance. This research aims 1) to examine the relationship of Organizational Leadership, Job Satisfaction & Security, Compensation Justice, Industry Competition Climate, and Work Environment on employee engagement, and 2) to study the impact of airline employee engagement on job performance. Employee performance is measured by annual performance evaluation, such as low turnover rates, less absenteeism, high skills and knowledge with good annual evaluation, enhanced airline productivity, customer loyalty, and goodwill towards the organization. The authors employed a quantitative method. The study was conducted on eight airlines operating in Thailand with a response rate from respondents about 84.6 % (305 employees). The sampling is current airline employees whose working experience of at least one year. A Structural Equation Model (SEM) was used for data analysis to explore the relationship between potential factors. The results suggest that Organizational Leadership (OGL), Job Satisfaction & Security & (JSS), Compensation Justice (CPJ), Industry Competition Climate (ICC), and Environment (WEV) positively affect employee engagement. Organizational Leadership was the most significant driver of employee engagement. The mediation effect confirmed that Employee engagement (EEG) significantly impacted airline employees' job performance (JPF).

Keywords: Airline employee; Employee engagement; Job performance

บทคัดย่อ

ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานเป็นสิ่งสำคัญต่อสายการบิน เนื่องจากส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน อุตสาหกรรมการบริการที่พนักงานผูกพันกับองค์กรมีแนวโน้มการให้บริการลูกค้าได้ดีขึ้น การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของภาวะผู้นำองค์กร ความพึงพอใจและความมั่นคงในงาน ความยุติธรรมด้านค่าตอบแทน บรรยากาศการแข่งขันในอุตสาหกรรม และสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยความผูกพันต่อองค์กรที่ส่งผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของพนักงานสายการบิน ตัวชี้วัดประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานสายการบินประกอบด้วย การประเมินผลการปฏิบัติงานประจำปี เช่น อัตราการลาออกและการขาดงานต่ำ ทักษะและความรู้เพิ่มขึ้น ผลการประเมินที่ดี การบริการที่ดี ความภักดีของลูกค้า และทัศนคติที่ดีต่อองค์กร งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานสายการบินในประเทศไทย 8 แห่ง ซึ่งมีประสบการณ์การทำงานอย่างน้อยหนึ่งปี จำนวน 305 คน โดยมีอัตราการตอบกลับแบบสอบถาม 84.6 % ใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยมีผลกระทบต่อการปฏิบัติงานของพนักงานสายการบิน ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรประกอบด้วย ภาวะผู้นำขององค์กร (OGL) ความพึงพอใจและความมั่นคงในงาน (JSS) ความยุติธรรมด้านค่าตอบแทน (CPJ) ภาวะการแข่งขันของธุรกิจ (ICC) และบรรยากาศในที่ทำงาน (WEV) ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ภาวะผู้นำขององค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ทำให้พนักงานรู้สึกผูกพันกับบริษัท และความผูกพันต่อองค์กรส่งผลกระทบต่อเชิงบวกโดยตรงต่อการปฏิบัติงานของพนักงานสายการบิน

คำสำคัญ: พนักงานสายการบิน, ความผูกพันต่อองค์กร, การปฏิบัติงาน

Introduction

The airline industry in Thailand is currently undergoing excellent growth potential. One of the significant parts of business performance is customer service performance. Since the business is an intangible service, employees are cogs of the system. If missing these essential parts, the airline will not move forward. Computers or machines cannot replace Deliciated airline customer services. Operation employees are the first gateway passengers must face when traveling by air. Passengers prefer services of the airline that are impressive and accurate to their needs. Thus, airlines need high-performance employees who can solve problems at that moment professionally and prevent passengers from hazards. Different airlines have different job descriptions for their employees. The inefficient job performance of employees leads to unsafe for passengers, planes, and airports (Centastaff, 2022).

The competitive business environment in airlines is rapidly changing, and organizations need to adapt to the rate of change. Success keeps the company getting profit is not easy as the market is highly competitive, and the skills and capabilities of the employees are key factors (Dalal et al., 2012). As critical factors, business success depends on employees' happiness, energy, morale, beliefs, and attitudes. Thus, companies should pay attention to employees' needs and want (Zaw, Y., & Fernando, M., 2016). If airlines ignore human factors and employee engagement, they cannot survive in a highly competitive airline market. Therefore, the authors are interested in studying "The Impact of airline employee engagement on job performance."

Research Question

The following are research questions to accomplish the aims of the study:

What factor drives airline employee engagement and job performance?

Objective

1. To examine the relationship of Organizational Leadership, Job Satisfaction & Security, Compensation Justice, Industry Competition Climate, and Work Environment on employee engagement.

2. To study the impact of airline employee engagement on job performance.

Theoretical background and literature review.

Although prior research has explained that employee engagement positively influences job performance, this research provides more view of airline employees' behavior and how engagement influences their job performance.

Duties and responsibilities of airline employees. No airport or airline can operate smoothly without operating employees. The airline jobs are generally challenging, and they are also well paying. Their primary duties are to ensure the safety and comfort of all passengers who travel through the airport. Duties of airline employees include manning the check-in counters that serve departing passengers and performing cabin services to ensure that passengers are comfortable during their flights. Assisting passengers with luggage check-ins at the ticket counter, answering questions, giving special assistance to disabled passengers, Etc. (Centastaff, 2022)

The theory of planned behavior and people's job performance. This theory started as the Theory of Reasoned Action in 1980 to predict an individual's intention to engage in a behavior at a specific time and place. The theory was intended to explain all behaviors of people that can exert self-control. The critical component of this model is behavioral intentions that are influenced by the attitude about the possibility that the behavior will have the expected outcome. The theory has been used to predict and explain many employee behaviors and intentions. Behavioral achievement depends on both intention and ability. It distinguishes between three types of beliefs behavioral, normative, and control (Ajzen, 1991). The theory is related to behavior at work and job performance. As the COVID-19 pandemic spread globally, airlines banned flights, and many airline employees have been forced to stay at home or have been layoff, leading to jobs unsecured. Employees are worried about reduced income, unpaid leave, unemployment, and unfair treatment by the airlines, affecting the organization's engagement and job performance (Tsai K-C et al., 2022).

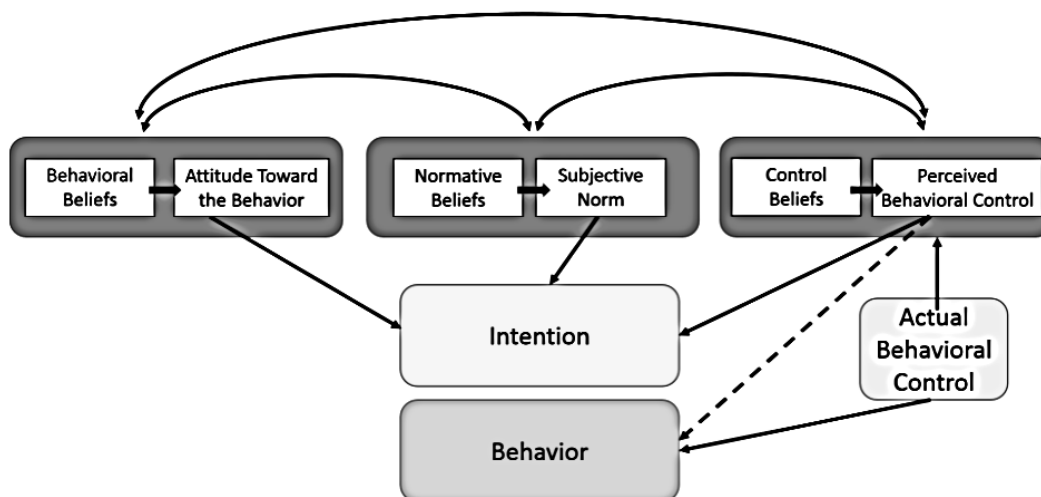


Figure 1 Behavioral Change Models

Source: Wayne & LaMorte, 2019

Hypothesis and Research Framework.

Based on the literature review, this study proposes research hypotheses and a framework, as explained below.

Many scholars agree that organizational justice and job satisfaction can significantly affect employee engagement. Moreover, organizational loyalty makes employees provide good service quality (Dalal et al., 2012; Maha Ahmed & Zaki Dajani, 2015). The employees'

recognition can maintain and improve the image of the company. Employee engagement refers to the strong desire of employees to keep being with the company. Suppose the employees believe in the organization's values and goals. In that case, they are willing to work hard to pursue organizational benefits, which leads to good job performance, and employee performance is involved in improving customer satisfaction. (Weiss et al., 1967; Mowday et al., 1982; Liebermann & Hoffmann, 2008; Maha Ahmed & Zaki Dajani., 2015).

Employee engagement. Employee engagement is the extraordinary effort over the minds and the hearts that means rational and emotional commitment. Employee commitment is a vital part of employee engagement in that commitment is conceptualized as enthusiasm to apply energy for the organization's success (Ambar et al., 2015). The engaged employee shows identification, commitment, absorption, and efficacy by focusing energy, vigor, dedication, and passion for their work (SHRM, 2017). Employee engagement is one of the primary determinants of high-quality job performance (Kotze et al., 2014). Therefore, this study assumes that employee engagement impacts job performance, and the following hypothesis is proposed.

Hypothesis 1: Employee engagement is positively and significantly related to job performance.

Leadership style and employee engagement. Leadership style greatly influences employee psychology and the possibility of self-development. Several studies have shown that leadership can increase employees' psychological capital and enhance employees' trust in leaders, enabling employees to show better performance. Leadership can reduce employees' improper behavior and improve employees' job satisfaction (Cameron & Quinn, 2017; Avey et al., 2011). Positive leadership that shows self-confidence, optimism, resilience, and high motivation can advocate employees' potential and development (Youssef & Luthans, 2012). Airlines leaders that treat employees fairly provide encouragement and support, create opportunities for participation, develop employees' skills and show authentic concern for their subordinates can retain the employees with the company. Businesses that unaddressed leadership and teamwork could result in growing turnover rates and degraded performance due to a lack of direction and inspiration (SHRM, 2017). Consequently, this study projects a

relationship between organizational leadership style and employee engagement as a proposed hypothesis.

Hypothesis 2: Organizational leadership style has a significant impact on employee engagement.

Impact of job satisfaction and fairness transparency. There are two aspects to measuring employee job satisfaction: external and internal satisfaction. External satisfaction comprises workplace environment, salary and compensation, welfare system, peer relationship, and leader's leadership style. Internal satisfaction includes recognition, achievement, autonomy, learning, promotion, and honor from work (Weiss et al., 1967; Murphy, 2002). Fairness and transparency are powerful fundamental concepts that can make a lasting impression on employees and employers. Justice in compensation and task assignment can influence company outcomes, including job satisfaction, job security, and organizational commitment. Fair pay affects employee performance, mental health, and citizenship behaviors (Li et al., 2015; Barling et al., 2003). Some scholarly works revealed that satisfaction with compensation strongly correlates with the employee's decision to stay in the organization. Employees can be engaged by reward, recognition, and respect (Kundu & Lata, 2017; Nazia & Begum, 2013). Some argue that compensation does not directly impact engagement; justice compensation and fair salary rise can increase employee retention capabilities. Thus, this study predicts a relationship between job satisfaction, compensation justice, and organizational employee engagement and proposes the following hypothesis.

Hypothesis 3: Job Satisfaction & Security has a significant impact on employee engagement.

Hypothesis 4: Compensation justice & fairness transparency has a significant impact on employee engagement.

Impact of work environment in the organization and industry competition on employee engagement. Employees are significant resources to service industries. Advanced technology has caused most organizations to be more and more technology driven. However, the value of employees in an organization is not reduced because the technology requires people to operate (Kossivi & Kalgora, 2016). The work environment is conducive to carrying out

organizational values, trust within the department, the ability to speak freely, efforts to make everyone feel a part of the team, and accountability within the department (Kaisa et al., 2019). A team-oriented atmosphere is vital because good teamwork can drive and encourage employee engagement (Sharafizad et al., 2019). work-schedule flexibility and social support help businesses retain employees working longer (Loan-Clarke et al., 2010). The airline offices' locations are in the same terminal, so the welfare and work atmosphere of the competitors' airlines can tempt the employee to change working places. Therefore, this study considers that the work environment significantly impacts employee engagement, and the proposed hypothesis is below.

Hypothesis 5: Work environment has a significant impact on employee engagement.

Hypothesis 6: High competition among the industries is related negatively to employee engagement.

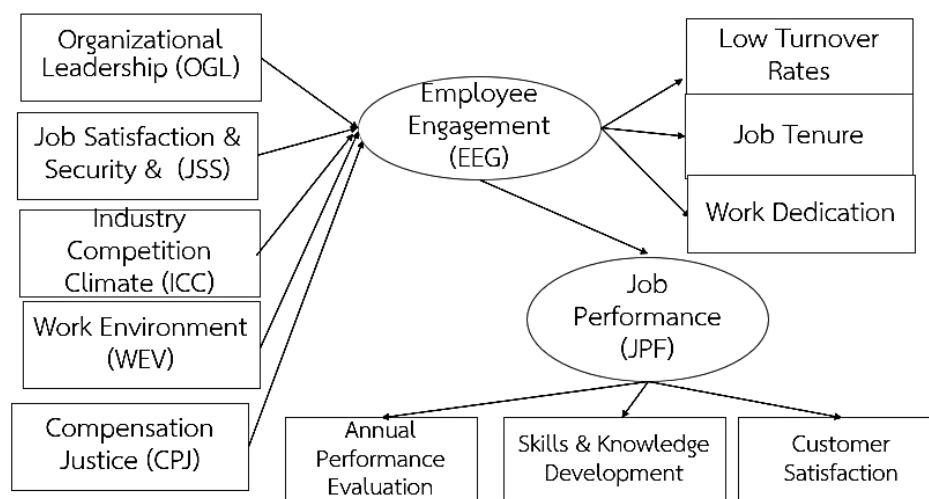


Figure 2: Research framework

Research Methodology

Sample and data collection procedure

This study focuses on airline operation employees because they are the primary laborers in the airline industry. The authors distributed questionnaires at eight airlines operating in Thailand, with pilots, cabin crew, ground service agents, ramp personnel, and reservation

and ticketing staff are our target respondents. We distributed 200 surveys across all determined airlines with the help of personnel assigned by the company and 160 surveys via online google forms. Data were collected from airline industry employees through a structured questionnaire. 305 usable surveys were obtained from current airline employees for a response rate of 85.83%. 67% of employees were employed by the airlines located at Suvarnabhumi Airport, 22% were at Don Muang Airport, and 11% were hired by the airline, which office is in a metropolitan city. Of the service employees, 68.88% were women, 43.60% were within the age range of 31-40 years, 61.96% were university graduates, and the average job tenure was between 4-6 years.

Data Analysis

The authors selected the appropriate data analysis method based on the research purpose and the measurement level of the variables. A Structural Equation Model (SEM) was used for data analysis to explore the relationship between potential factors and to test the proposed hypothesis. Average in the degree of agreement in factors influencing employee engagement used the interpretation of the stratified value by using a 5-level measurement principle (Best & Kahn, 1998) as follows:

Table 1: Five level Measurement Principle

AVERAGE SCORE	DESCRIPTION
1.00-1.50	Very less significant
1.51-2.50	Less significant
2.51-3.50	Average
3.51-4.50	Significant
4.51-5.00	Very significant

Results

Table 2 shows the respondents' general profile, which summarizes gender, age, work tenure, education, job position, income, and working hours. Most of the respondents, 133 out of 305 (43.60%), are of age group 31-40 and have job tenure between 4-6 years, which means

the employees of this age group have experience working and know their organization well. The respondents are more female than male, where 68.88% are female, and 31.12% are male. The majority have completed their bachelor's degree (61.96%).

Table 2: Demographic profile of respondents (n=305)

Group	Indicator	Frequency (People)	Composition ratio (%)
Gender	Female	204	68.88
	Male	101	31.12
Age range (Years old)	21-30	86	28.19
	31-40	133	43.60
	41-50	60	19.67
	51 or older	26	8.52
Education	Diploma & lower	91	29.83
	Bachelor's	189	61.96
	Master's & higher	25	8.21
Job position level	Manager or higher	66	21.63
	Supervisor or lower	239	78.36
Job tenure (Years)	1-3	75	24.59
	4-6	162	53.11
	Over 6	68	22.00
Total		305	100

Descriptive statistics

The overall descriptive study result is presented in table 2.

Table 3: Covariance Matrix

	ICC	OGL	JSS	WEV	CPJ	EEG	JPF
ICC	1.00						
OGL	0.93	1.00					
JSS	0.89	0.92	1.00				
WEV	0.81	0.78	0.86	1.00			
CPJ	0.76	0.87	0.83	0.81	1.00		
EEG	0.74	0.77	0.82	0.90	0.87	1.00	
JPF	0.80	0.76	0.85	0.84	0.78	0.88	1.00

The detail of the statistical analysis is shown in Table 3. Job Performance (JPH) relates positively with Employee Engagement (EEG) at 0.88. Employee engagement (EEG) has a positive relationship with Compensation Justice (CPJ) at 0.87, and Compensation Justice (CPJ) has a positive relationship with Work Environment (WEV) at 0.86. The results also show the relation between Job Satisfaction (JSS) and Organizational Leader (OGL) at a high level of 0.92 and the relation of Organizational Leader (OGL) with Industry Competition (ICP) at 0.93

Table 4: Factors Impact on Employee Performance

Seq. No.	Factors	\bar{x}	S.D.	Rank No.	Description
1	Organizational Leadership (OGL)	4.62	0.558	1	Very significant
2	Job Satisfaction & Security & (JSS)	4.57	0.675	2	Very significant
3	Work Environment (WEV)	4.22	0.494	3	Significant
4	Compensation Justice (CPJ)	3.84	0.583	4	Significant
5	Industry Competition Climate (ICC)	3.65	0.534	5	Significant

Table 4 illustrates that the factor impact employee performance is Organizational Leadership (OGL), which is the highest significance, with a mean of 4.62 and a standard deviation of 0.558. Airline employees also rated the Job Satisfaction & Security & (JSS) with very significant by a mean of 4.57 and a standard deviation of 0.675. the factors of Work Environment (WEV), Compensation Justice (CPJ), and Industry Competition Climate (ICC) were perceived as significant, respectively.

Discussion and conclusion

Employee engagement is critical for any organization, especially airlines; the company strives to achieve a high level of service quality through experience and skillful employees. The role of airline employees who constantly interact with customers is essential in achieving

customer satisfaction and preventing service disruption (Albrecht et al., 2017). The relationship of organizational performance, like employee customer service performance, the image of the company, and service quality, are related to employee engagement. Results of the study show that Organizational Leadership (OGL) has the highest impact on employee job performance. Strong characters with clear vision leaders serve as role models for airline employees. Ethical leadership is associated with a positive influence on employee performance (Resick et al., 2006).

Job Satisfaction & Job Security & (JSS) positively affect job performance. Some research proposed Job Satisfaction is a major factor of employee job engagement (Shuck et al., 2017). In contrast, the satisfaction with pay, training, working conditions and incentives did not significant direct influence on employee engagement (Adedapo & Adedapo, 2020). Job insecurity negatively impacts employees' psychological well-being and causes stress, leading to less responsiveness to their work (Pienaar et al., 2013; Dereli, 2012). Leader's effectiveness and employee job satisfaction & job security dramatically led to increased employees' job performance. Contrary to previous work, job stress and security were non-significant (Karatepe et al., 2020).

Although Work Environment (WEN), training and development, and autonomy are less influenced than management supervision and leadership. The supportive work environment that employees receive from their immediate colleagues, superiors, and other departments stimulates employee outcomes and enhances job performance (Kossivi & Kalgora, 2016). The construct of employee engagement is closely related to employee well-being (Luthans et al., 2008).

Compensation Justice (CPJ) was perceived as less significant than other factors. The pay gap in the airline industry was not much. Government and air transport authorities encourage equal salaries to ensure airline employees are being paid equitably. The results also show that Industry Competition Climate (ICC) has a less significant impact on job performance.

Recommendation

This study's results suggest a relationship between leadership and employee engagement which can enhance employee work outcomes. Consequently, airlines must invest in the

development of high-quality leadership training. Leaders who care for subordinates' feelings and needs, give a chance for vision sharing, and arouse enthusiasm, can promote employee engagement. This research suggests that airlines should support leaders to care about employees' attitudes to improve engagement.

References

- Adedapo, A.O. & Adedapo, O. (2020). Influence of Employee Attributes, Work Context and Human Resource Management Practices on Employee Job Engagement. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 21(4), 295-308.
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior [Electronics version]. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Albrecht, A.K., Walsh, G., Brach, S. et al. (2017). The influence of service employees and other customers on customer unfriendliness: a social norms perspective. *Journal of the Academic Marketing Science*. 45, 827–847.
- Ambar K., Saba K., Asma W., Yasir f., Ayesha N. (2015). Relationship Between Organizational Commitment, Employee Engagement, and career Satisfaction. *European Journal of Business and Social Sciences*, 3(11), 172-183.
- Avey, J. B., Avolio, B. J., & Luthans, F. (2011). Experimentally Analyzing the Impact of Leader Positivity on Follower Positivity and Performance. *Leadership Quarterly*, 22, 282-294.
- Barling, J., Kelloway, E. K., and Iverson, R. D. (2003). High-quality work, job satisfaction, and occupational injuries. *Journal of Applied Psychology*, 88(2), 276–283.
- Best, J. W. & Kahn, J. V. (1998). *Research in Education*. 8th Ed. Butler University, Emeritus, University of Illinois, Chicago
- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (2017). Positive Leadership and Adding Value: A Lifelong Journey. *International Journal of Public Leadership*, 13, 59-63.
- Centastaff. (2022). The importance of Airport Ground Staff. Retrieved October 30, 2022 from <https://centastaff.com.au/the-importance-of-airport-ground-staff-a-job-description/>

- Dalal et al. (2012). The relative importance of employee engagement, other job attitudes, and trait affect as predictors of job performance. *Journal of Applied Social Psychology*, 42, 295-325.
- Dereli, B. (2012). The Concept of Job Insecurity and The Study On Job Insecurity Perceptions Of The Bank Employees According To Their Demographic Characteristics. *Istanbul Commerce University Journal of Social Sciences*, 21(1), 237-256.
- Kaiso et al. (2019). Well-Being Champion Impact on Employee Engagement, Staff Satisfaction, and Employee Well-Being. *Mayo Clinic Proceedings: Innovations, Quality & Outcomes*, 3(2), 106-115.
- Karatepe, O. M., Rezapouraghdam, H., & Hassannia, R. (2020). Job insecurity, work engagement and their effects on hotel employees' non-green and nonattendance behaviors. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102472.
- Kossivi, B., Xu, M. & Kalgora, B. (2016). Study on Determining Factors of Employee Retention. *Open Journal of Social Sciences*, 4, 261-268.
- Kotze, J., Van Der Westhuizen, S. & Nel, E. (2014). The relationship between employees' experience of performance management and work engagement within a South African organization. *Journal of Psychology in Africa*. 24(6), 475- 479.
- Kundu, S.C. & Lata, K. (2017). Effects of supportive work environment on employee retention: Mediating role of organizational engagement, *International Journal of Organizational Analysis*, 25(4). 703-722.
- Loan-Clarke, J., Arnold, J., Coombs, C., Hartley, R. and Bosley, S. (2010) Retention, Turnover and Return: A Longitudinal Study of Allied Health Professionals in Britain. *Human Resource Management Journal*, 20, 391-406.
- Liebermann, S. & Hoffmann, S. (2008). The impact of practical relevance on training transfer: evidence from a service quality training program for German bank clerks. *International Journal of Training and Development*, 12(2), 74–86.
- Luthans, F., Norman, S. M., Avolio, B. J. & Avey, J. B. (2008). The mediating role of psychological capital in the supportive organizational climate-employee performance relationship. *Journal of Organizational Behavior*. 29(2). 219-238.

- Li, Andrew, Russell S. Cropanzano, and Agustin Molina. (2015). 'Fairness at the Unit Level: Justice Climate, Justice Climate Strength, and Peer Justice', in Russell S. Cropanzano, and Maureen L. Ambrose (eds), *The Oxford Handbook of Justice in the Workplace*, Oxford Library of Psychology; online edn, Oxford Academic, 137-164.
- Maha Ahmed & Zaki Dajani. (2015). The Impact of Employee Engagement on Job Performance and Organizational Commitment in the Egyptian Banking Sector. *Journal of Business and Management Sciences*, 3(5), 138-147.
- Mowday, R. T., Porter, L. W., and Steer, R. M. (1982). *Employee-Organization Linkages*. NY: Academic Press.
- Mullen, E., & Okimoto, T. G. (2015). *Compensatory justice*. The Oxford handbook of justice in the workplace. Oxford University Press.
- Murphy, G., Athanasou, J., & King, N. (2002). Job satisfaction and organizational citizenship behavior: a study of Australian human-service professionals. *Journal of Management Psychology*. 17, 287–297.
- Nazia, S. & Begum, B. (2013). Employee retention practices in Indian corporate-a study of select MNCs. *International Journal of Engineering and Management Sciences*, 4(3), 361-368.
- Pienaar, J., De Witte, H., Hellgren, J., & Sverke, M. (2013). The cognitive/affective distinction of job insecurity: Validation and differential relations. *Southern African Business Review*, 17(2), 1-22.
- Resick, C.J., Hanges, P.J., Dickson, M.W. et al. (2006). A Cross-Cultural Examination of the Endorsement of Ethical Leadership. *Journal of Business Ethics*. 63, 345–359.
- Sharafizad, J., Redmond, J., & Morris, R. (2019). Leadership/management factors impact on employee engagement and discretionary effort. *International Journal of Organization Theory & Behavior*, 23(1), 43-64.
- SHRM. (2017). Employee Job Satisfaction and Engagement: The Doors of Opportunity Are Open. Retrieved August 23, 2022 from <https://www.shrm.org/hr-today/trends-and-forecasting/research-and-surveys/Pages/>
- Shuck, B., Nimon, K., & Zigarmi, D. (2017). Untangling the Predictive Nomological Validity of Employee Engagement: Partitioning Variance in Employee Engagement Using Job Attitude Measures. *Group and Organization Management*, 42(1), 79–112.

Tsai K-C, Chou T-H, Kittikowit S, Hongsuchon T, Lin Y-C and Chen S-C. (2022). Extending Theory of Planned Behavior to Understand Service-Oriented Organizational Citizen Behavior. *Front. Psychol.* 13, 839688.

Wayne W. LaMorte. (2019). The Theory of Planned Behavior. Boston University School of Public Health. *International Journal of Business and Management*, 5(12),

Weiss, D. J., Dawis, R. V., England, G.W., and Lofquist, L. H. (1967). *Manual for the Minnesota Satisfaction Questionnaire*. Minneapolis: The University of Minnesota Press.

Youssef, C. M., & Luthans, F. (2012). Positive global leadership. *Journal of World Business*, 47, 539–547.

Zaw, A. Y., & Fernando, M. S. C. (2016). Leveraging employee engagement and employee performance towards excellent service quality (action research on TMD hairdressing and beauty salon services in Yangon, Myanmar): *Journal Vision Action Outcome*, 3(2),

On The Long-Run Relationship between Financial Security Issuance

Nutthapran Klaiprasith

Faculty of Business Administration, Krirk University, Bangkok 10220,Thailand

Email: nuttapran2011@gmail.com

Adirek Vajrapatkul

School of Economics, Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand

Email: a.vajrapatkul@gmail.com

Tharana Peamchacorn

Faculty of Business Administration, Krirk University, Bangkok 10220,Thailand

Email: tharanap@hotmail.com

Nuchanart Chantateme

Faculty of Business Administration, Krirk University, Bangkok 10220,Thailand

Email:nuch.1007@hotmail.com

ABSTRACT

This work aims to identify the interaction between government and private agents' fund-seeking activity, namely the sale of new financial instruments, by utilizing the Vector Error Correction Model. To estimate the model, the data from 8/2011 to 1/2022 of government bond, treasury bills, State Enterprise Bonds, and Corporate Bonds are downloaded from Bank of Thailand website. The empirical evidence reveals that the security issuances by the government have a long-run relationship with the security issuance by private agents. The bidirectional short-run relationship between these issuances is also found. Government and private financial institutions can use the findings of this study to plan a fund-raising strategy and policy to stabilize business and economy.

Keywords—financial Security, Long-Run Relationship, VECM

1. Introduction

The availability of funds to support government activities and economic expansion is one of the government's top priorities. Typically, the government acquires these funds by selling government financial instruments. However, the funds gained through this channel will absorb money from the economy and impact the liquidity of the financial market, impeding economic expansion.

In a crisis situation, governments often have funded their expenditure by issuing government debt, e.g. in the Covid-19 epidemic period, fiscal deficits and government debt issuance were especially high, and debt issuance is projected to remain at higher levels in 2022 (Baker et al., 2021). In this case the bond market becomes a critical channel for government to acquiring funds.

Government security issuances play many critical roles in the bond market. First, debt issued by either the central bank or the central government is critical for the development of a credit market. Such securities are generally safer than debt instruments issued by private parties. Second, the yield on government debt serves as the baseline from which all other debt instruments in the same market can be priced by adding appropriate risk, liquidity and term premium to the underlying pure interest rate. This changing rate of interest can alter the quantity of corporate security trading in the market. For instance, changes in long-term Treasury rates will induce more trading in long-maturity corporate bonds and less trading in short-maturity bonds. Also, the price of corporate fixed-income instruments is directly affected by changes in long-term interest rates. This interest-rate effect will be stronger for higher duration bonds as their price is more responsive to interest-rate changes (Hotchkiss et al., 2017). It also evidence that corporate often issue bonds when interest rates are low or expected to rise (Rixtel et al., 2016). Third, high-quality securities aid market development by providing quality collateral to secure financial transactions. Finally, a well-developed domestic bond market helps the government to finance its fiscal deficit in a non-inflationary way (Vajs, 2014).

When there is an excess demand for long-term securities, the term premium may decrease, resulting in a flatter yield curve. In contrast, when there is an excess supply, the term

premium will increase, steepening the yield curve. Thus, the characteristics of a government security, such as maturity, currency of denomination, and its holders, such as banks, institutional investors, and non-residents, will have a significant impact on the term premium, and consequently the shape and slope of the yield curve. When this maturity reduces market interest rates, it will encourage the issuance of corporate bonds (Vajs, 2014).

In a crisis, the bond market becomes stressed, as evidenced by spikes in bond yields and credit spreads, widening bid-ask spreads, and outflows from bond funds. This tension on the bond market has been caused, for instance, by the correlation between government bond markets and other debt markets. This market correlation demonstrates the increasing integration of the financial market. During times of stress, corporate bond markets were particularly hard hit by the spillover from government bond markets, and investors with extreme risk aversion demanded a higher compensation for holding risky corporate bonds. Consequently, corporate bond spreads widened and their issuance decreased significantly (EMEAP, 2022).

In the empirical study, it was discovered that bond yield, central bank policy rate (Duca et al., 2014), and the supply of government bonds affect the fluctuation of corporate bond issuance (Badoer & James, 2016). Although the negative relationship between government borrowing and corporate debt may be strong, it was discovered that the long-term debt of large credit-worthy firms is more sensitive to government debt than that of small financially constrained firms (Ayturk, 2017).

The effects of government securities are not limited to corporate bonds; they also affect the efficiency of monetary policy. Specifically, when government securities are close to money, it affects the transmission mechanism of monetary policy, thereby limiting the options and outcomes of monetary policy, which affects the country's financial stability.

Motivated by the significance of government securities to the government source of fund and the financial market stability, this study is conducted to determine the effect of government security on the movement of corporate security. It addressed the idea for expecting a money supply in the economy which should benefit for monetary policy design. The outline of the

remaining is as follows: Section 2 presents the academic works that supported the research framework. Section 3 describes the research methodology and results will be presented in Section 4.

2. Literature Review

This section will begin with an introduction to financial securities and the concepts that explain the influence of government security issuance on corporate financing strategy.

Bond is a debt investment, in which an investor loans money to an entity that borrows the funds for a defined period of time at a fixed interest rate. This security is often seen as a safer haven, comparing to stocks, during times of economic uncertainty. For the private companies, the corporate bonds are issued to raise funds for their operations. This bond is typically considered to be more risky than government bonds but offer higher interest rates. The length of the bond can vary, but most corporate bonds have a maturity of 10 years or less. For government security, Treasury bills (a short-term debt, typically had a maturity of one year or less), government bonds, and state enterprise bonds are issued by the governments in order to raise funds for its operations. The funds raised through these issuances are used for various purposes, such as paying the salaries of government employees, and funding social welfare programs.

The theory of economics provides several explanations why government borrowing affects corporate financing policies. According to the conventional view of budget deficits, government borrowing increases aggregate demand, which in turn causes an increase in interest rates and a decline in investment. However, when wealth effects are present in the portfolio decisions of investors, government borrowing will alter the relative returns of assets based on the substitutability of assets and rise in the cost of debt. Thus, government borrowing will have the opposite effect on corporate debt financing (John et al., 2014).

The effects of government securities on corporate securities may be explained by the market timing hypothesis and the Gap-filling theory of corporate debt. Regarding the market timing hypothesis, it states that the firm issues the cheapest security first, implies that the firm

prefers internal to external financing, and then makes gradual adjustments over time toward an optimal target capital structure. The timing of debt and equity issues plays an important role in corporate financial policy. The market timing affects the firm's capital structure by utilizing book-to-market ratios, a proxy for the value of the firm, and it found that high leverage firms raised capital during periods when their book-to-market values were high and low leverage firms raised capital when their book-to-market ratios were low. These are evidence that capital structure is the cumulative outcome of past attempts to time the equity market. This can be understood by assuming that markets are inefficient. This will allow managers to time the equity market and issue equity when they perceive that investors overvalue the firm. Consistent with the market timing hypothesis it expects firms to issue equity when equity is most overvalued, and when equity is undervalued it expects the firm to issue debt (Elliott et al., 2008).

For the *Gap-filling theory of corporate debt*, it was constructed based on three main assumptions, i.e., First, the bond market is partially segmented, in that there are some important classes of investors who have a preference for investing at given maturities. These investors might include, e.g., pension funds, who, based on the structure of their liabilities, and have a natural demand for long-term assets. Second, there are shocks to the supplies of long and short-term bonds that are large relative to the stock of available arbitrage capital. These supply shocks are associated with the changes in the maturity structure of government debt. Third, there are arbitrageurs (e.g., broker-dealers and, more recently, hedge funds) who attempt to enforce the expectations, but do so incompletely, leaving behind some residual predictability in bond returns. These three assumptions imply that bond-market predictability takes a particular form, i.e., when the supply of long-term Treasuries goes up relative to the supply of short term Treasuries, long-term Treasuries must offer a greater expected return. Based on these assumptions, Gap-filling theory states that 1) corporate issuance will fill in the supply gaps created by changes in government financing patterns. When the government issues more long-term debt, firms should respond by issuing more short-term debt, and vice-versa. Thus there is a strong negative correlation between the maturities of government and corporate debt; 2) when the government

share of total debt is larger, gap-filling behavior by firms will be more pronounced, because larger supply shocks imply a larger reward for liquidity provision; 3) those firms with the smallest costs of deviating from their maturity targets will be the most aggressive gap fillers. A firm that is relatively unconstrained in its investment behavior is less likely to pay a price if it deviates from its maturity target than a firm with a weak balance sheet. Thus firms with stronger balance sheets respond more elastically to changes in the structure of government debt; and 4) corporate market timing ability can be increased by including government debt maturity in the forecasting regression (Robin et al., 2008).

In summary, according to the market timing hypothesis, expectations of low interest rates paid on debt can induce managers to issuance in order to ‘time the market’ and profit from the future low rates. In this respect, as long as government security reduces interest rates and/or creates expectations of lower rates in the future, the incentive to increase issuance would be maintained. Alternatively, in the gap-filling theory of corporate debt, when government bonds are purchased by the public sector the corporate sector would act as liquidity provider by enhancing its bond supply which would be absorbed by the markets (Duca et al., 2014).

3. Methodology

To test the effects of government securities and their long run relationship with corporate security, this work employs the Johansen Cointegration Test and Vector Error Correction Model (VECM) (Johansen & Juselius, 1990) (Mishra, 2011).

Johansen cointegration test can be expressed by:

$$\Delta y_t = \alpha_0 + \Pi y_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \Gamma_i \Delta y_{t-i} + \varepsilon_t, \quad (1)$$

$$\Delta y_t = \alpha_0 + \beta_i y_{t-1} + \sum_{i=1}^{p-1} \delta_i \Delta y_{t-i} + \varepsilon_t, \quad (2)$$

where β_i and δ_i are the coefficient matrices, Δ is the symbol of difference operator and p is the lag order selected. This approach use two likelihood ratio test statistics to obtain the number of cointegrating vectors namely, the Trace test and the Maximum Eigenvalue test which can be, respectively, written as:

$$T(r) = -T \sum_{i=r+1}^n \ln(1 - \hat{\theta}_i), \quad (3)$$

$$\lambda_{max}(r, r+1) = -T \ln(1 - \hat{\theta}_{r+1}), \quad (4)$$

where $\hat{\theta}_i$ is the expected eigenvalue of the characteristic roots and T is the sample size. r and n are cointegrating vectors. For Vector Error Correction Model (VECM), it can be expressed by:

$$\Delta y_t = \alpha_1 + p_1 ecm1_{t-1} + \sum_{i=0}^n \omega_i \Delta y_{t-i} + \sum_{i=0}^n \gamma_i \Delta x_{t-i} + \varepsilon_{1t}, \quad (5)$$

$$\Delta x_t = \alpha_2 + p_2 ecm2_{t-1} + \sum_{i=0}^n \omega_i \Delta y_{t-i} + \sum_{i=0}^n \gamma_i \Delta x_{t-i} + \varepsilon_{2t}, \quad (6)$$

where ω_i and γ_i are the short-run coefficients. p is the lag order, $ecm1_{t-1}$ and $ecm2_{t-1}$ are the Error Correction Term. ε_{1t} and ε_{2t} are the residuals. To estimate model, the data, from 8/2011 to 1/2022 consisting of 249 observations, of government bond (GBN), treasury bills (GTR), State Enterprise Bonds (GPB), and Corporate Bonds with maturity of 1 to 5 years (PDB) are downloaded from Bank of Thailand website.

4. Empirical Results

To meet the requirement of model analysis, the unit root test is firstly conducted and its results shows that the null hypothesis of having a unit roots was rejected, which means that the data is stationary at level. Then, Johansen cointegration is tested, and its result indicates that there are seven cointegrating equations at a 5% level of significance. Also, it show that all government securities have a positive long-run relationship with PDB.

Table 1 VECM estimation

Error Correction:	D(PDB)	D(GTR)	D(GBN)	D(GPB)
CointEq1	-0.298660 (0.07159) [-4.17176]	0.273257 (0.11921) [2.29216]	0.560995 (0.14052) [3.99231]	0.222084 (0.04367) [5.08606]
D(PDB(-1))	-0.436511 (0.08054) [-5.42009]	-0.176596 (0.13411) [-1.31681]	-0.216892 (0.15808) [-1.37207]	-0.121673 (0.04912) [-2.47701]
D(PDB(-2))	-0.291172 (0.07616) [-3.82335]	-0.106739 (0.12682) [-0.84168]	-0.131272 (0.14948) [-0.87819]	-0.119937 (0.04645) [-2.58206]
D(PDB(-3))	-0.199520 (0.06391) [-3.12203]	-0.153324 (0.10642) [-1.44077]	0.046018 (0.12544) [0.36686]	-0.114520 (0.03898) [-2.93800]
D(GTR(-1))	0.000109 (0.03911) [0.00278]	-0.284701 (0.06512) [-4.37171]	0.055902 (0.07676) [0.72825]	-0.010687 (0.02385) [-0.44804]
.				
.				
.				
C	-471.7053 (1052.30) [-0.44826]	-412.1846 (1752.29) [-0.23523]	-704.0179 (2065.45) [-0.34085]	-187.3186 (641.827) [-0.29185]
R-squared	0.378698	0.135509	0.435186	0.411416
Adj. R-squared	0.343733	0.086858	0.403400	0.378292
F-statistic	10.83076	2.785326	13.69108	12.42054
Log likelihood	-2718.898	-2843.836	-2884.119	-2597.767
Akaike AIC	22.30937	23.32927	23.65812	21.32054
S.D. dependent	20304.93	28664.25	41800.01	12724.10

Error Correction:	D(PDB)	D(GTR)	D(GBN)	D(GPB)
-------------------	--------	--------	--------	--------

From Table 4, the estimated coefficient of error-correction term, CointEq1, in the D(PDB) equation is statistically significant and has a negative sign at the 5 percent level of significance. The coefficient value of -0.2987 indicates the speed of adjustment towards a long-run equilibrium of PDB, which is about 29.87 percent each month, i.e., any short-run deviation from the long-run equilibrium will be resolved. In addition, the results from Granger causality test indicate that there is bidirectional causality between GBN and PDB, i.e., GBN does Granger Cause PDB and PDB does Granger Cause GBN.

The idea of the effect of government securities on corporate bonds can be captured from the impulse response and variance decomposition analysis in Figure 2 and Table 8.

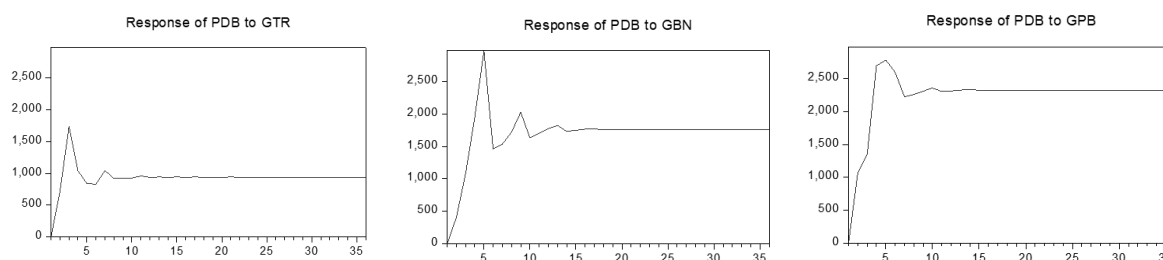


Figure 1 impulse respond analysis

Table 2 variance decomposition analysis

Period	S.E.	PDB	GTR	GBN	GPB
1	16449.08	100.0000	0.000000	0.000000	0.000000
2	17060.27	99.37912	0.175066	0.055611	0.390199
3	17659.91	97.50040	1.129537	0.427122	0.942942
4	18377.87	94.09539	1.363699	1.514290	3.026619
5	19868.59	90.56201	1.344843	3.540060	4.553090

It was discovered from Figure 2 that the issuance of government securities would induce

the corporate bond. However, the effect of government securities on corporate security, as observed from Table 8, is very small, e.g., in the second period, only 1.129537, 0.427122, and 0.942942 percent of PDB's variance came from GTR, GBN, and GPB, respectively.

5. Discussion

The results from the previous section show that there are positive long-run relationships between medium-term corporate bonds, treasury bills, and government bonds, which means that, over time, the quantity of government and corporate securities tend to move in the same direction. Also, it discovers the short-run bidirectional causality between government bonds and medium-term corporate bonds.

These discovered relationships have fiscal and monetary policy implications. Thus, the relationship between corporate bonds, Treasury bills, and government bonds must be extended to include the money supply, financial markets, and monetary policy. In this case, it will realize that each of these elements can have a significant impact on the others, and the interactions between them can create a feedback loop that can amplify or dampen economic activity.

Government securities are an important factor in the financial markets because their quantity and attributes, e.g., maturity and interest rate (Hotchkiss et al., 2017), can affect corporate financing strategies and the money supply in the economy. The reduction of money supply and the rising interest rates on these securities can cause the interest rate to rise, which can have a significant impact on economic activity. That is, when the money supply is low, it can lead to deflation and a rise in the interest rate. Also, when interest rates on Treasury bills or government bonds are high, it indicates that the government is borrowing at a higher rate, which can lead to an increase in interest rates and borrowing costs for businesses (Lidiema, 2018). This rising cost of funds will reduce the ability of businesses to operate because when interest rates are high, businesses have to pay more to borrow money, which can impact their bottom line. High interest rates can also make it more difficult for businesses to expand, as they may be less able to afford the capital costs associated with growth.

The decision on government security issuance can also manipulate the operation of the financial market via the deviation of funds available and interest rates, which may lead to inefficiency in fund allocation. Moreover, the efficiency of monetary policy can be ruined as government security issuance can affect money supply and interest rates (Smith, 1956). The changing of the interest rate will be amplified in particular by the reaction of corporations to security issuance because competition between government and corporations can create a constraint in funds available and thus accelerate the rate of change of the interest rate, which may go beyond the target of monetary policy and have a negative impact on business and the economy. Therefore, the government needs to optimize the quantity of new security issuance in a manner that supports business activities and monetary policy targets.

6. Recommendation

The recommendation from the results of the analysis is that the public debt should be structured in ways that do not magnify the macroeconomic or financial consequences of market shocks, e.g., a sudden drop in the exchange rate, a sharp rise in domestic short-term interest rates, and a temporary loss of market access. Also, central banks need to prepare to respond to the impact of government security issuance with possible policy actions, including asset purchases, new liquidity facilities, enhanced access to existing facilities, and monetary policy easing.

Conclusion

This study employs the Vector Error Correction Model to investigate the relationships and responses between government and private agents' fund-seeking activity through the sale of new financial instruments. To estimate the model, the data and model's properties are investigated. The data for government bonds, Treasury bills, state enterprise bonds, and corporate bonds from August 2011 to January 2012 is downloaded from the Bank of Thailand website. The empirical evidence indicates that there are positive long-term relationships between medium-term corporate bonds, treasury bills, and government bonds, indicating that the quantity of government and

corporate securities tends to move in the same direction over time. In addition, it reveals the bidirectional short-term causality between government bonds and medium-term corporate bonds. Consequently, the public debt should be well-structured, and the central bank must be ready to respond to the impact of government security issuance.

Acknowledgment

This research is supported by the Faculty of Business Administration, Krirk University, Thailand.

This research is also supported by the school of economics, Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand.

References

- Ayturk, Y. (2017). The effects of government borrowing on corporate financing: Evidence from Europe. *Finance Research Letters*, 20, 96–103. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2016.09.018>
- Badoer, D. C., & James, C. M. (2016). The Determinants of Long-Term Corporate Debt Issuances. *The Journal of Finance*, 71(1), 457–492.
- Baker, N., Miller, M., & Rankin, E. (2021). Government Bond Markets in Advanced Economies During the Pandemic. Reserve Bank of Australia.
- Duca, M. L., Nicoletti, G., & Martinez, A. V. (2014). Global corporate bond issuance: What role for US quantitative easing? European Central Bank (ECB), Working Paper Series NO 1649, 1–39.
- Elliott, W. B., Koëter-Kant, J., & Warr, R. S. (2008). Market timing and the debt–equity choice. *Journal of Financial Intermediation*, 17(2), 175–197. <https://doi.org/10.1016/j.jfi.2007.05.002>
- EMEAP. (2022). Bond Market Stress and Policy Responses in the EMEAP Region during COVID-19. EMEAP Working Group on Financial Markets. https://www.emeap.org/wp-content/uploads/2022/06/EMEAP_Bond-Market-Stress_Policy-Responses-during-COVID19_Jun2022.pdf

- Hotchkiss, E., Warga, A., & Jostova, G. (2017). Determinants of Corporate Bond Trading: A Comprehensive Analysis. *Quarterly Journal of Finance*, 7(2), 1–30.
- Johamen, S., & Jtiselius, K. (1990). Maximum Likelihood Estimation and Inference on Cointegration—With Applications to the Demand for Money. *Oxford Bulletin of Economics and Statistics*, 52(2), 169–210.
- Lidiema, C. (2018). Effects of Government Borrowing on Private Investments in Kenya. *Journal of Finance and Economics*, 6(2), 49–59. <https://doi.org/10.12691/jfe-6-2-3>
- Mishra, P. K. (2011). The Dynamics of Relationship between exports and economic growth in India. *International Journal of Economic Sciences and Applied Research*, 4(2), 53–70.
- Rixtel, A. V., Romo Gonzzlez, L. A., & Yang, J. (2016). The Determinants of Long-Term Debt Issuance by European Banks: Evidence of Two Crises. *SSRN Electronic Journal*, BIS Working Papers No 513, 1–63. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2848841>
- Robin, G., Samuel, H., & Jeremy C., S. (2008). A Gap-Filling Theory of Corporate Debt Maturity Choice. NBER, NBER Working Paper No. 14087, 1–51.
- Smith, W. L. (1956). On The Effectiveness of Monetary Policy. *The American Economic Review*, 46(4), 588–606.
- Vajs, S. (2014). Government debt issuance: Issues for central banks. *BIS Papers No 76*, 29–46.

Influence of Intellectual Capital on Corporate Financial Performance of Listed Companies in Thailand: Service Industry

Pakchanya Boonchukham¹, Kusuma Dampitakse² and Chaimongkol Pholkaew^{3*}

¹Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Pathum Thani 12110,

Thailand e-mail: Pakchanya_b@mail.rmutt.ac.th

²Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Pathum Thani 12110,

Thailand e-mail: Kusuma@rmutt.ac.th

^{3*}Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Pathum Thani 12110,

Thailand Corresponding author e-mail: Chaimongkon_p@rmutt.ac.th

Abstract

Modern technology and dynamic changes in business environment inevitably affect business operations. Intellectual capital is a business strategy that connects technology to action in order to create competitive advantages and lead the organization towards sustainability in the future. The purpose of this research was to examine the influence of intellectual capital on corporate financial performance. This quantitative research studied the financial data of 107 companies in service industry listed on the Stock Exchange of Thailand in 2020. The intellectual capital efficiency was measured by MVAIC model, which consisted of human capital, structural capital, capital employed, and relational capital. The data were analyzed based on a structural equation model.

The results showed that intellectual capital influenced corporate financial performance when ROA was used as a statistically significant positive measure at the .05 level. This study reflects that proper investment and intellectual capital management can enhance firm profitability, especially asset management efficiency.

Keywords: Intellectual Capital; Corporate Financial Performance; Service Industry

Introduction

The COVID-19 pandemic, a global threat, significantly decreased the total revenue and total net profit of several companies listed on the Stock Exchange of Thailand in 2020. Obviously, the pandemic affected Thai listed companies more severely than any other threats in the past 10 years (The Stock Exchange of Thailand, 2022). According to the WTO's Services Trade Barometer WTO, published March 11, 2020, global services trade growth remains weak during the end of 2019 and the first quarter of 2020. It shows a below-trend growth in global trade in services (The World Trade Organization, 2022). As a result, various companies have increasingly adapted to

digitalization and built business networking while creating trade alliance in order to create business opportunities, expand their business, and increase their competitive advantage. Relational capital, which is a component of intellectual capital, has been adopted in order to satisfy consumers since their behavior has changed. The Covid-19 pandemic, a new threat that affects the Thai economy, is the most important risk factor that has slowed down the growth of the Thai economy and forced various business sectors to reduce their employment or close down, especially in the international trade, manufacturing industry, services industry such as tourism and related businesses (Department of Trade Negotiations, 2022). Obviously, the strictness of cross-border travel, shopping mall closure, lock down, and work from home policy ceased the operations of various services, such as airports, airlines, hotels, logistics. Additionally, the impact on the manufacturing and service industry has also led to a slowdown in global investors. According to the United Nations, direct investment would drop by up to 15 percent. The decline in investor confidence would also affect stock market indices around the world (Department of Trade Negotiations, 2022). Current business operations encounter several problems and challenges due to the new normal life. Rapid development of digital technology and social media has a direct impact on customer behavior, and influences changes in business model. It is inevitable that organizations apply modern digital technologies, such as e-marketing, fin-tech, and artificial intelligence in their business operations to enhance their competitiveness and stabilize their performance.

The concept of intellectual capital was introduced by Edvinsson (Human Capital, Structural Capital and Customer Capital). Subsequently, the concept of intellectual capital was expanded by measuring the intellectual performance with VAICTM as a model to measure firm value (Ante Pulic, 2000). It is recommended that the composition of intellectual capital being adjusted by increasing relational capital to reflect the improved performance of intellectual capital (Ulum, Ghazali, & Purwanto, 2014). Later, there was also a study on the MVAIC model (Ardhiani & Nasih, 2019; Nasih & Iswati, 2020; Soetanto & Liem, 2019). There confirmed that MVAIC model by adding the relational capital variable was more precise than the VAICTM model. Intellectual capital was developed in 1997 by the VAICTM model to provide information related to performance measurements in value of tangible and intangible assets. The VAICTM model, which was created based on accounting data and financial reports, is a simplified model that has been widely used to measure the performance of intellectual capital. The intellectual capital measurement MVAIC

was later adopted as a form of measurement used to measure intangible assets in an efficient and quick manner (Ulum et al., 2014). The most challenging aspect of conducting research in this area was insufficient data due to financial disclosure restrictions on intellectual capital (Clarke, Seng, & Whiting, 2011), which results in the imperfections of structural capital measurement in its classic form VAICTM. Although this type of study is useful for the development of organizations in service industry, the intellectual capital concept remains scarce in developing countries, including Thailand. The service industry plays an important role in economic development at national and international levels. The rapid changes caused by digital disruption severely affected businesses around the world, including Thailand. Digital disruption leads to the development of digital marketing platforms, such as online channels, customer relations, after-sales services. Artificial intelligence (AI) is applied in business models to increase the efficiency and effectiveness in data analysis and data processing. It also provides convenience, as well as improves service quality. To achieve the best firm performance, an organization must be able to retain existing customers while expanding the market to attract new customers for business growth. It is necessary to use technology to increase business efficiency. Integrated modern technology and company operations are beneficial for businesses to increase agility, flexibility, and speed in analytics and data processes, product management, cost management, and service processes. The high value of intellectual capital leads to the growth of intellectual capital services companies. Thus, a firm with sufficient intellectual investment can provide quality services, while other competitors cannot. In other words, the growth of service providers depends on the application of intellectual capital in order to reach a better competitive position as a result of intellectual capital activities: human capital (HC), structure capital (SC), and relational capital (RC). A model of MVAIC developed by (Ulum et al., 2014) was used in this study since the business nowadays has been impacted by rapid technological change.

With the aim to expand knowledge and understanding in intellectual capital and stable performance in the Thai context, this study pointed out that the management can turn crisis into an opportunity. It is vital that organizations adjust their corporate foundations and strategies by focusing on business networking and alliance while adopting new and advanced technology to run an online business. Furthermore, the personnel development in terms language skills, technical and digital skills is essential since the skills can also be applied after the crisis.

Research Objective

The objective of this study was to examine the influence of intellectual capital on financial performance of companies in service industry listed on the Stock Exchange of Thailand.

Literature Review

Intellectual Theory

According to (Edvinsson, 1997), the key concept of intellectual capital theory is not only knowledge management, but also human capital management and organizational structures in order to strengthen organizations and competitive advantages. Sveiby (1997) stated that an increase in workload can lead to an evolutionary perspective and identifying the ability to explain the capabilities of human capital.

Intellectual Capital

Intellectual capital refers to the knowledge and competence of a firm that maintain a sustainable competitive advantage (Akhter, 2020). It has four performance measures: human capital efficiency(HCE), structural capital efficiency (SCE), relational capital efficiency (RCE), and capital employed efficiency (CEE). Human capital efficiency (HCE) refers to human resources, which are valuable organizational assets derived from the knowledge, skills, and abilities of individuals that lead to organizational changes (Wang, Jin, & Banister, 2019). Structural capital efficiency (SCE) refers to structural funding is supported based on the systematic and clear internal knowledge in organizations, such as values, cultures, processes, protocols, procedures, technological innovations, and intellectual property (Costa, Fernández-Jardon Fernández, & Figueroa Dorrego, 2014). Structural capital consists of intangible and tangible elements of an organization, along with its internal data(Costa et al., 2014). Capital employed efficiency (CEE) reveals the value from investing in non-current asset: land, buildings, and equipment in the production process, and intangible assets: patents and computer programs (Ante Pulic, 2004). CEE is used to measure the efficiency of an increase in intrinsic value of non-current and intangible assets (Andes, Nuzula, & Worokinasih, 2020; Ulum, Kharismawati, & Syam, 2017). Relational capital efficiency (RCE) refers to stable performance in response to the market and the power of loyalty to customer relationships (Akhter, 2020).

Financial Performance

Firm performance indicators can be divided into two categories: financial performance and non-financial performance. Obviously, return on assets (ROA) is the most popular indicator to measure financial performance (Dženopoljac, Janošević, & Bontis, 2016; Gupta, Goel, &

Bhatia, 2020). This study also used return on assets (ROA) as a management efficiency indicator of the use of assets to generate profits or returns for the firm, regardless the capital factor or cost of capital. This study used the calculation ratio on SETSMART available for firms in the service industry.

$$\text{ROA} = \frac{\text{Profit (Loss) before Interest and Income Tax Expense} * 100}{\text{Total Assets (Average)}}$$

Conceptual Framework

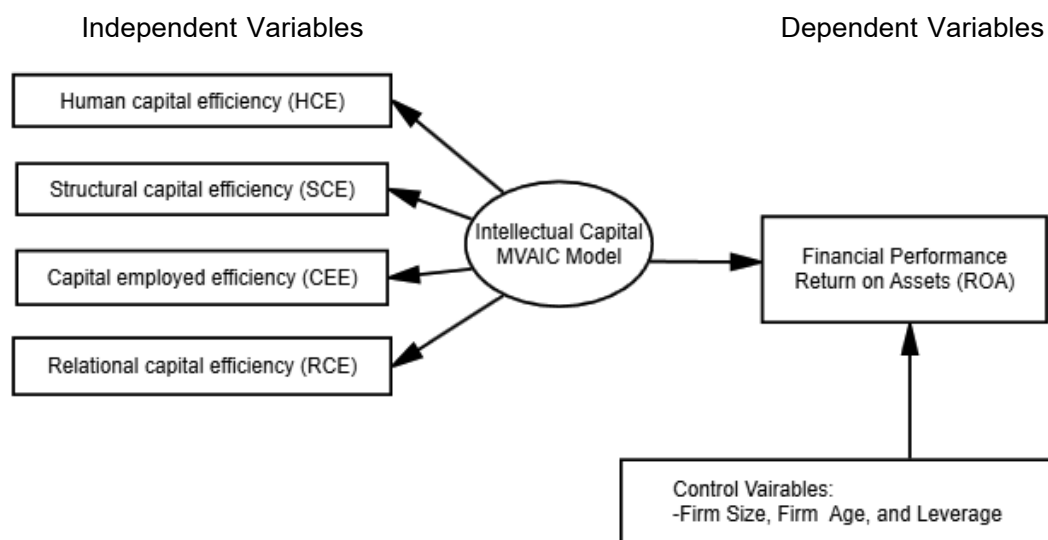


Figure.1 Conceptual framework

Related research of intellectual capital

The influence of intellectual capital on the performance of insurance companies was examined in an empirical study, and its results indicated certain evolution in the benchmarks of intellectual capital performance and identified its influence of intellectual capital on the firm performance of the organization (Iswatia & Anshoria, 2007). Additionally, a study on the effectiveness of intellectual capital in the Australian financial sector demonstrated the ability to create value from the influence of human capital (Joshi, Cahill, Sidhu, & Kansal, 2013). There was also an attempt to examine the impact of intellectual capital on SMEs' boutique operations in Kuching, Sarawak State, Malaysia, and the study pointed out that the intellectual capital component significantly contributed to the co-operation and positive effects in enhancing the performance of small and medium enterprises (SMEs) in Malaysia (Khaliq & bin Md Isa, 2014). Furthermore, a statistically significant positive effect of the value-added intellectual coefficient (VAICTM) on firm profitability was found (Hoang, Nguyen, Vu, Le, & Quach, 2020). Additionally, it

was found that intellectual capital had a significant and positive impact on firm performance (Soetanto & Liem, 2019). Previous studies suggested that intellectual capital affected company value and financial performance (Clarke et al., 2011; Costa et al., 2014; Iswatia & Anshoria, 2007; Joshi et al., 2013; Khalique & bin Md Isa, 2014; Mondal & Ghosh, 2012; Seleim & Khalil, 2011).

Research Methodology

Research Questions and Hypotheses

This study examines whether intellectual capital influences the corporate financial performance of Thai listed firms in the service industry. Thus, the research questions are as follows: **Research question:** Does intellectual capital influence corporate financial performance?

Ariff, Islam, & van Zijl (2016) found that the combined intellectual capital had a positive impact on the corporate marketing performance. In addition, Xu & Wang (2018) confirmed that intellectual capital had a positive impact on corporate financial performance and sustainable growth by applying VAIC™ model in the study. However, MVAIC model is used in this study since certain variables are added in order to cover the changes in business nature. It was estimated that the intellectual capital used in this model had a positive influence on financial performance. Thus, the hypotheses are as follows:

Ho: Intellectual capital has a positive influence on corporate financial performance.

H1: MVAIC has a positive influence on ROA.

Data Sampling

The data are the financial reports of listed companies in the service industry in 2020. The 107 samples were selected to ensure the merits of the fit test according to Hoyle (1995), who recommended a sample size of 100 to 200.

Table 1 Sample in Financial Statement Research in 2020

Sample	Number of firms
Companies in service industry listed on the Stock Exchange of Thailand in 2020	115
excluding:	
Companies in rehabilitation	2
Company with unavailable information	<u>6</u>
Total	<u>107</u>

Source: Setsmart. (2021).

On SETSMART, a reporting tool provided by the Stock Exchange of Thailand, firms can access Form 56-1 and file their statements (Setsmart, 2021). The data collected from SETSMART will be used to calculate the value of intellectual capital with the MVAIC model.

Table2 Summary Variables and Measurement

Variable	Symbol	Measurement	Reference
Independent Variable Intellectual Capital	MVAIC	HCE + SCE + CEE + RCE	(Ulum et al., 2014; Ulum et al., 2017)
Value-Added	VA	Operating Profit+ Employee Costs+ Depreciation+ Amortization	
Human Capital Efficiency	HCE	Value Added / Human Capital	
Structural Capital Efficiency	SCE	Structural Capital / Value Added Structural Capital = Value Added -Human Capital	
Capital Employed Efficiency	CEE	Value Added /Capital Employed	
Relational Capital Efficiency	RCE	Relational Capital / Value Added	
Dependent Variable Return of Assets	ROA	Profit (loss) Before Financial Statements and Income Tax * 100/ Total Assets (Average)	(Ardhiani & Nasih, 2019; Ariff, Islam, & van Zijl, 2016)
Control Variables Firm Size	SIZE	Log of Total Assets	(Nimtrakoon, 2015; Zuchruf, Mangesti, & Muhammad, 2019)
Firm Age	AGE	The Number of Years the Firm has been Listed on the Firm (Year)	(Coad, Segarra, & Teruel, 2013)
Leverage	LEV	$\frac{\text{Total Debt} * 100}{\text{Total Assets}}$	(Hamdan, Buallay, & Alareeni, 2017)

Where: OP: Operating Profit, EC: Employee Costs, D: Depreciation, A: Amortization, HC: Human Capital; Total Employee Costs, SC: Structural Capital, VA-HC, CE: Capital Employed; book value of total assets, RC: Relational Capital, Marketing Cost and Distribution Channel. MVAIC model was derived from accounting data based on the statements of financial position and financial statements provided. Return on Assets, and Control variables use Firm Size, Firm Age, and Leverage.

From table 2, shows that the indicators of this variable obtained from the literature review and see return on assets (ROA), intellectual capital (MVAIC) model, firm size (SIZE), firm age (AGE), and leverage (LEV). Therefore, the study had chosen as part of this study

Data Analysis

Descriptive and inferential statistics were used in this quantitative study. Descriptive statistics, including minimum, maximum, mean, frequency, and standard deviation were applied for the independent variables: intellectual capital measured by MVAIC, the dependent variable: ROA, and the control variables: firm size, firm age, and leverage. For data analysis, inferential statistics, including Pearson's correlation coefficient, path analysis, and structural equation modeling (SEM) were used. With structural equation modeling (SEM), the research could

simultaneously examine a series of relationships. The SEM method of AMOS program could reduce the sample covariance and covariance matrix of the observed measurements. According to (Makki & Lodhi, 2014), path analysis is a structural equation model (SEM) that provides a variety of statistics to verify the concordance of the structural equation model with empirical data. In addition, it is recommended to use a minimum of four tests: χ^2 , GFI, NFI, or CFI, NFI, and SRMR (Kline, 2015). The researcher obtained secondary data from the service industry using financial data. However, the research was unsuccessful as some financial statements were missing in 2020 with a total of 5 data. Such as outliers from the boxplot graph. So, this study used an analysis of 102 data. Data transformations were used to modify variables as requirement for analysis. For example, the log conversion is for the size of the company. Those are because it is necessary to create an approximately normal distribution. Furthermore, reduce the size difference in companies of very different sizes (Hair, Anderson, Babin, & Black, 2010).

Results of the Research

Descriptive statistics comprising minimum, maximum, mean, and standard deviation were used in this study. The independent variable was intellectual capital, represented by MVAIC. The dependent variable was ROA. The control variables were firm size, firm age, and leverage as shown in Table 3.

Table 3 Descriptive Statistics of Variables (n=102)

	Unit	Min	Max	Mean	Std. Deviation	Skew.	Kurt.
MVAIC	Value	-2.32	6.78	2.68	1.511	-0.18	0.99
ROA	Ratio	-17.59	25.30	2.82	7.98	0.03	0.12
LSIZE	Log	5.73	8.72	6.80	0.67	0.64	-0.03
AGE	Years	1.00	78.00	31.39	15.18	0.16	0.24
LEV	Ratio	0.03	0.84	0.43	0.20	0.01	-0.98

Where: MVAIC = Modified intellectual capital efficiency, ROA= Return on Assets, LSIZE= Natural log of firm size, AGE= the number of year companies, LEV= Ratio of leverage total debt / total asset.

In Table 3, the results showed that the mean of MVAIC was 2.68, and the standard deviation of MVAIC was 1.51. The mean of ROA was 2.82, and the standard deviation of ROA

was 7.98. The mean of LSIZE was 6.80, and the standard deviation of LSIZE was 0.67. The mean of AGE was 31.39, and the standard deviation of AGE was 15.68. The mean of LEV was 0.43, and the standard deviation of LEV was 0.20. The normal distribution of this sample was tested by skewness and kurtosis. The value of skewness was between 0.64 and -0.18, and the value of kurtosis was between 0.24 and -0.98.

Table 4 Correlation Matrix

	MVAIC	ROA	Ln Size	AGE	LEV
MVAIC	1				
ROA	0.599**	1			
Ln Size	0.097	0.030	1		
AGE	-0.104	-0.084	0.024	1	
LEV	-0.022	-0.177	0.484**	-0.139	1

** Denote statistical significance at the 0.01 level (2-tailed).

The Pearson's correlation coefficients between dependent variables are shown in Table 4. According to the results, intellectual capital (MVAIC) was positively correlated with return on assets (ROA) with a moderate correlation ($r = 0.599$), at statistically significant at 0.01. The correlation between variables had a correlation coefficient between -0.177 and 0.599, which was within the acceptable range and had no problem of high correlation according to (Devore & Peck, 1993). If two variables were highly correlated, the correlation would be less than -0.80 or greater than 0.80. Multicollinearity was not found in the data. Additionally, it is recommended that the skewness should be between -1 and +1 to simulate a normal distribution (Vanichbuncha, 2013). Thus, the data was normally distributed and could be analyzed by a structural equation model.

Structural Equation Modeling (SEM)

$$R^2 = 38.10\%$$

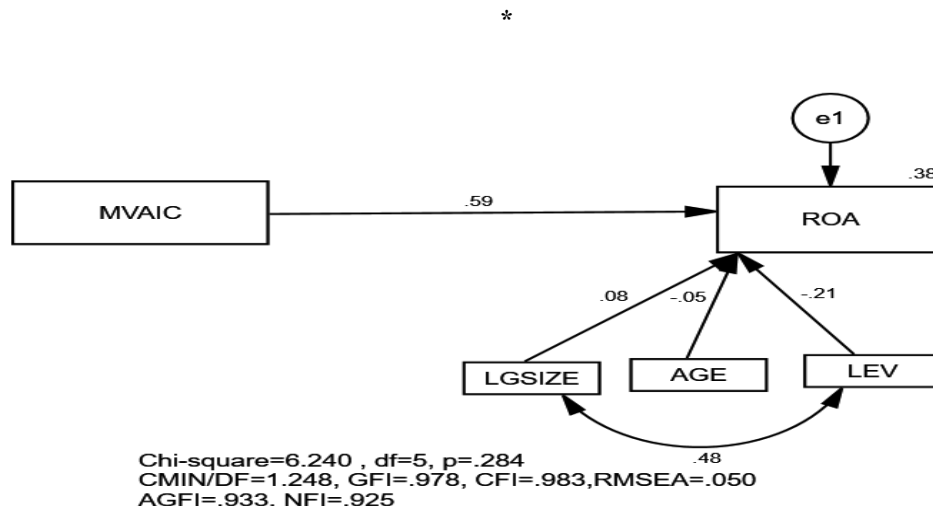


Figure 2 Research Model Results

The model was adjusted by changing the Modification Index (MI), which is a statistical value used for modulation decisions. The modulation technique was to add a line to connect the LSIZE and LEV variables in order to reduce the degree of independence. After the model was adjusted, the test results showed that the model was consistent with the empirical data with chi-square = 6.240 (p-value = 0.284 >0.05), CMIN/DF = 1.248, GFI = 0.978, AGFI = 0.933, CFI = 0.983, NFI = 0.925, and RMSEA = 0.050 as in Figure 2, which shows the influence of path analysis.

Table 5 Regression Weights

			β	S.E.	C.R.	P-value
ROA	<---	MVAIC	0.586	0.410	7.487	0.000*
ROA	<---	LEV	-0.210	3.385	-2.350	0.019*
ROA	<---	AGE	-0.054	0.041	-0.694	0.487
ROA	<---	LGSIZE	0.076	1.045	0.849	0.396

* p<0.05

The results in Figure 2 and Table 5 show that intellectual capital (MVAIC) had a positive influence on ROA ($\beta = 0.586$, $p = 0.000 < 0.05$) at the 0.05. Moreover, the volatility of ROA was due to the direct influence of intellectual capital (MVAIC) by 38.10%. Thus, the H1 is supported. However, there might be other factors that influenced the data analyzed in this study. For example, employee-related expenses might be affected by economic conditions and the COVID-19

pandemic. The temporary closure of businesses during the pandemic prevented the use of non-current assets, and the annual depreciation of non-current assets. It also led to business transformation from offline to online, including creating trade alliances which could reduce costs. Previous studies measured the value of intellectual capital by using the VAICTM model (Pulic, 2000). However, this study added a distribution channel to relational capital in MVAIC model. Innovation has been implemented in organizations in the form of digital marketing platform, such as search engines and application in order to be consistent with new normal and digital disruption era. It is essential that organizations adapt to the changes, and the MVAIC model developed by (Ulum et al., 2014) is recommended. In addition, the results confirmed the intellectual theory. The concept of intellectual capital also focuses on human capital. in knowledge management to strengthen organizations and optimize asset utilization. (Ardhiani & Nasih, 2019; Costa et al., 2014; Hoang et al., 2020; Khalique & bin Md Isa, 2014; Khan, Yasser, & Hussain, 2015; Mondal & Ghosh, 2012; Nasih & Iswati, 2020; Serenko & Bontis, 2013; Soetanto & Liem, 2019).

Conclusion

The objective of this study was to analyze the influence of intellectual capital by expanding the efficiency of human capital, structural capital, capital utilization, and relational capital (Ulum et al., 2014). In previous studies, relational capital was focused only on common marketing expenses, such as advertising, promotion, and sales commissions. However, a number of factors, such as the rapid change of advanced technology and the coronavirus outbreak since 2019, have negatively impacted the economy of Thailand and the world. The pandemic and its economic impact have led to the market volatility, which challenges business policies. Thus, modern digital technologies and marketing strategies have been adopted and applied with care to improve business efficiency. However, there is a question how the expenses on digital marketing, such as on advertising platforms, search engines, application, and virtual online store affect firm performance. These factors were included in this study, and the results revealed that intellectual capital had a positive influence on ROA. This concept confirms the positive influence between intellectual capital and stable performance. In the age of knowledge with high competition, it is necessary to apply tangible and intangible assets, skills, knowledge, and experience to create a knowledge-driven organization rather than focusing in producing goods and services. The results of this study show that organizations should emphasize on the use of intellectual capital, which consists of human capital, structural capital, capital employed and

relational capital. Intellectual capital can be applied to analyze accounting information in addition to the disclosure in the financial statements. Furthermore, it also benefits the decision-making, strategy and policy formulation processes. It would not only enhance the competitive advantages of the enterprise, but also national economic development as a whole. Thus, future research should also explore other indirect factors that influence intellectual capital and corporate financial performance.

References

- Akhter, A. (2020). *Intellectual Capital, Firm's Performance and Market Value: An Empirical Study of South Asian Emerging Economies*. (Dissertation Doctor of Philosophy. Faculty of Management & Social Sciences Department of Management Sciences: CAPITAL UNIVERSITY OF SCIENCE & TECHNOLOGY ISLAMABAD.
- Andes, S. L., Nuzula, N. F., & Worokinasih, S. (2020). Competitive advantage as mediating factor for creating firm value: A literature review. *BISNIS BIROKRASI: Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 27(1), 5.
- Ardhiani, M. R., & Nasih, M. (2019). Intellectual capital mediation effect in Indonesia's banking industries. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 9(7), 342-354.
- Ariff, A. H. M., Islam, A., & van Zijl, T. (2016). Intellectual capital and market performance: the case of multinational R&D firms in the US. *The Journal of Developing Areas*, 50(5), 487-495.
- Clarke, M., Seng, D., & Whiting, R. H. (2011). Intellectual capital and firm performance in Australia. *Journal of intellectual capital*, 12(4), 505-530.
- Coad, A., Segarra, A., & Teruel, M. (2013). Like milk or wine: Does firm performance improve with age? *Structural Change and Economic Dynamics*, 24, 173-189.
- Costa, R. V., Fernández-Jardon Fernández, C., & Figueroa Dorrego, P. (2014). Critical elements for product innovation at Portuguese innovative SMEs: an intellectual capital perspective. *Knowledge Management Research Practice*, 12(3), 322-338.
- Department of Trade Negotiations. (2022). Economic Analysis. (November 28, 2022)
Retrieved from <https://api.dtn.go.th/files/v3/5e86fb0def414065bc606c16/download>.
- Department of Trade Negotiations. (2022). COVID-19 impact on trade in the service industry. (November 28, 2022) Retrieved from
<https://api.dtn.go.th/files/v3/5e69fc06ef4140d27b43da86/download>.

- Devore, J., & Peck, R. (1993). Inferences using two independent samples. *Statistics: the exploration analysis of data*, 486-555.
- Dženopoljac, V., Janošević, S., & Bontis, N. (2016). Intellectual capital and financial performance in the Serbian ICT industry. *Journal of Intellectual Capital of Knowledge*, 17(2),373-396.
- Edvinsson, L. (1997). Developing intellectual capital at Skandia. *Long range planning*, 30(3), 366-373.
- Gupta, K., Goel, S., & Bhatia, P. (2020). Intellectual capital and profitability: Evidence from Indian pharmaceutical sector. *Vision*, 24(2), 204-216.
- Hair, J.F., Black, W.C. and Babin, B.J. (2010), *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. London : Pearson Education.
- Hamdan, A. M., Buallay, A. M., & Alareeni, B. A. (2017). The moderating role of corporate governance on the relationship between intellectual capital efficiency and firm's performance: evidence from Saudi Arabia. *International Journal of Learning and Intellectual Capital*, 14(4), 295-318.
- Hoang, H. T., Nguyen, H. T. H., Vu, N. H., Le, A. H., & Quach, H. H. (2020). Intellectual capital and firm performance in Vietnam 2012-2016. *International Journal of Learning Intellectual Capital*, 17(1), 27-46.
- Hoyle, R. H. (1995). *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications*: In Sage Publications, Inc.
- Iswatia, S., & Anshoria, M. (2007). *The influence of intellectual capital to financial performance at insurance companies in Jakarta Stock Exchange (JSE)*. Paper presented at the Proceedings of the 13th Asia Pacific Management Conference, Melbourne, Australia.
- Joshi, M., Cahill, D., Sidhu, J., & Kansal, M. (2013). Intellectual capital and financial performance: an evaluation of the Australian financial sector. *Journal of intellectual capital*, 14(2), 264-285.
- Khalique, M., & bin Md Isa, A. H. (2014). Intellectual capital in SMEs operating in boutique sector in Kuching, Malaysia. *IUP Journal of Management Research*, 13(2), 17.
- Khan, M. M. S., & Yasser, F. (2015). Intellectual capital and financial performance: An evaluation of Islamic banks in Pakistan. *Islamic Banking Finance Review*, 2(1), 59-75.

- Kline, R. B. (2015). *Principles and practice of structural equation modeling*: Guilford publications.
- Makki, M. A. M., & Lodhi, S. A. (2014). Impact of corporate governance on intellectual capital efficiency and financial performance. *Pakistan Journal of Commerce Social Sciences*, 8(2), 305-330.
- Mondal, A., & Ghosh, S. K. (2012). Intellectual capital and financial performance of Indian banks. *Journal of intellectual capital*, 13(4), 515-530.
- Nasih, M., & Iswati, S. (2020). The Influence of Intellectual Capital to Financial Performance at Real Estate and Property in Jakarta Stock Exchange (JSE). *Journal Aplikasi Manajemen*, 9(4), 1284-1291.
- Nimtrakoon, S. (2015). The relationship between intellectual capital, firms' market value and financial performance. *Journal of Intellectual Capital*, 16(3), 587-618.
- Pulic, A. (2000). VAIC™ –an accounting tool for IC management. *International Journal of Technology Management*, 20(5-8), 702-714.
- Pulic, A. (2004). Intellectual capital–does it create or destroy value? *Measuring Business Excellence*, 8(1), 62-68.
- Seleim, A. A., & Khalil, O. E. (2011). Understanding the knowledge management-intellectual capital relationship: a two-way analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 12(4), 586-614.
- Serenko, A., & Bontis, N. (2013). Global ranking of knowledge management and intellectual capital academic journals: 2013 update. *Journal of Knowledge Management*, 17(2), 307-326.
- Setsmart. (2021). Data financial year 2019-2020. (July 30, 2021) Retrieved from: <http://www.setsmart.com/ssm/login>.
- Soetanto, T., & Liem, P. F. (2019). Intellectual capital in Indonesia: Dynamic panel approach. *Journal of Asia Business Studies*, 13 (2), 240-262.
- Sveiby, K. E. (1997). The intangible assets monitor. *Journal of Human Resource Costing Accounting*, 2, 73-97.
- The Stock Exchange of Thailand. (2022). The stock exchange of Thailand CEO Survey: perspective of CEO on the crisis COVID-19. (November 30, 2022) Retrieved from: https://classic.set.or.th/dat/vdoArticle/attachFile/AttachFile_1625636948117.pdf.

- The World Trade Organization. (2022). Services trade growth weakens as COVID-19 crisis hits global economy. (November 30, 2022) Retrieved from https://www.wto.org/english/news_e/news20_e/wtoi_11mar20_e.htm
- Ulum, I., Ghozali, I., & Purwanto, A. (2014). Intellectual capital performance of Indonesian banking sector: A modified VAIC (M-VAIC) perspective. *International Journal of Finance Accounting*, 6(2), 103-123.
- Ulum, I., Kharismawati, N., & Syam, D. (2017). Modified value-added intellectual coefficient (MVAIC) and traditional financial performance of Indonesian biggest companies. *International Journal of Learning Intellectual Capital*, 14(3), 207-219.
- Vanichbuncha, K. J. B. S. (2013). Structural equation modeling (SEM) with AMOS. Bangkok: Samlada.
- Wang, L., Jin, J. L., & Banister, D. (2019). Resources, state ownership and innovation capability: Evidence from Chinese automakers. *Creativity and Innovation Management*, 28(2), 203-217.
- Xu, J., & Wang, B. (2018). Intellectual capital, financial performance and companies' sustainable growth: Evidence from the Korean manufacturing industry. *Sustainability*, 10(12), 4651.
- Zuchruf, F., Mangesti, R. S., & Muhammad, S. (2019). The effect of corporate governance, firm size and capital structure on financial performance: A study of state-owned enterprises listed in the indonesia stock exchange during period of 2013-2016. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 93(9) 3-16.

The Influencing Factors of Economic Crop Development of Community Enterprises in Samut Sakhon Province.

Panisala Bussaratrakul Tawee Jamjamrat and Eumporn Sirirat

Abstract:

The economic crops development for sustainability emphasis on the balance of the ecosystem that provides enough good quality products for farmers and consumers, develops self-reliance, and focus on local community. Samut Sakhon Province has developed agriculture and added value of agricultural products with indigenous identity character to allow the agricultural system continue as long as possible without affecting the ecosystem. This article focuses on analyzing factors influencing the economic crop development of community enterprises in Samut Sakhon. It consists of four indicators: government policy, manufacturing cost, technology, and marketing strategy.

This research is a quantitative research. The 400 samples were selected from farmers in Samut Sakhon by using stratified sampling; the sample size was set to 20 times the observed variable; questionnaires were used to collect data and analyzed the data with a structural equation model. The research results shows that the most important factors with the greatest influence on the economic crop development of community enterprises in Samut Sakhon is the government policy, followed by technology and production costs and marketing strategies, respectively.

Keywords: influencing factor; economic crop development; community enterprise; Samut Sakhon Province

Introduction:

As community enterprises face numerous problems, such as marketing challenges and the inability to transfer businesses to the next generation. However, the strong points of community enterprises include the involvement and support of a lot of government agencies and the opportunity presented by consumer requirements for the handicraft of goods and products, Aree and others have recommended eight strategic guidelines for the management of community

enterprises; they also recommend that the government use the model of the Bangsai Royal Folk Arts and Crafts Centre of Her Majesty Queen Sirikit of Thailand to set up policies that support community enterprises. (Aree Naipinit Thongphon Promsaka Na Sakolnakorn Patarapong Kroeksakul, 2015).

Xin Long Xu and others have found planting scale, crop diversity, climatic conditions, and topography have a significantly positive impact on a continuous crop residue supply, whereas the planting structure, temperature square term, energy pressure, and the economic development level have a significantly negative one. Finally, a regression-based decomposition method was used to measure the contribution rate of each variable onto the inequalities in the continuous supply of crop residues, which confirms that the impact of characteristics of crops on its continuous supply was the highest. The economic development level is the most important factor that affects the inequalities in the continuity of crop residue supply. This result were achieved by using different measurement methods, and based upon the findings obtained. Policies and suggestions for ensuring sustainable and bioenergy-oriented crop cultivation were proposed. (Xin Long Xu, Hsing Hung Chen & Yi Li)

Between 2007 and 2017, the Thai agricultural sector grew at a rate of less than 1 percent, mainly due to restrictions of use and access to inappropriate production factors. Technology application, innovation and degradation of natural resources affect the of agricultural productivity upgrading and income. In the past, measures were taken to alleviate the problems, but most of them were short-term plans for solving instant situations. This reflects that the Thai agricultural sector can still be developed to enhance its potential and competitiveness to be comparable to other manufacturing sectors and to be part of raising Thailand to a developed country. (Master Plan under the National Strategy, Agriculture Issues, 2018 – 2037, p.1)

Therefore, laying the foundation for long-term development to carry to the development and problem solving systematically need direction of development to enhance the competitiveness of the crops, livestock and fisheries sectors in order to bring about income opportunities, create food security and improve farmers' quality of life for the next 20 years. As a consequence, the Master Plan under the National Strategy on Agricultural Issues focus on upgrading production to standard quality and safe, taking advantages of outstanding and product identity, variety of biodiversity in each area, developing agricultural products, processing of goods in order to create value for agricultural products, supporting and promoting the

ecosystems development in the agricultural sector to enhance development for continuous growth and strength.

Samut Sakhon has an area of 872.347 square kilometers or 545,217 rai. It is located in the central part of Thailand. The province consists of 3 districts, 40 sub-districts. From the farmer registration database of the Department of Agricultural Extension, there are 10,512 registered farmers. The total area of the province is 99,793 rai. The activities with the largest area are coconut planting, sea salt farming, seafood shrimp farming (brackish water), mango planting, etc. The central database (farmer one) of Office of Agricultural Economics indicates that farmers have registered to grow herbal plants on 494.89 rai in Samut Sakhon, 98 farmers have 7 kinds of main herb plants. The most widely cultivated herb is betel. Samut Sakhon has the top 3 major economic crops such as coconut, rice, and longan respectively. (Department of Land Development, 2021).

In addition, the far future economic crops of Samut Sakhon would be 1) Baan Phaeo fragrant coconuts which are planted over the 3 districts: Baan Phaeo, Krathum Baen, and Samut Sakhon district; 2) Baan Phaeo Longans Phuangthong which are planted in Baan Phaeo and Krathum Baen, besides, there are other alternative plants, such as guavas, mangoes, bananas, flowering, and ornamental plants; 3) herbal plants that the government policy supports the concept of BCG (bio-circular-green economy) or bio-economy to drive the country's economy. Herbal plants are interesting because it is an important source of raw materials used in various fields such as medicine, dietary, supplements and cosmetics. Therefore, herbal plants are inspired as alternative crops in 2021, and operated under the advantageous market. In case the direction of the herbal market expands more, it will help farmers who grow herbs to generate income and stability in living. (Department of Land Development, 2021).

From the situation mentioned above, the overall picture at the national and the provincial level as Samut Sakhon, the development and value-adding of indigenous agricultural products is an urgent need to develop to compete and uplift along with other industrial sectors, to make communities stronger, to reduce inequality and to be self-reliant. Therefore, the researcher is interested in studying. "The Influencing Factors of Economic Crop Development of Community Enterprises in Samut Sakhon Province" to find out what factors that have an influence on economic crop development of community enterprises in Samut Sakhon. The researcher aspired that the results from this study will be beneficial for the agricultural sectors in setting policy and implying

to the implementation that will response agricultural business queries suitably and well effects on Thai farmers.

Research Objectives:

The research aims to study factors related to government policy, production cost, technology, and marketing strategy that influence economic crop development of community enterprises in Samut Sakhon Province.

Research Hypothesis:

1. The development of economic crops for the sustainability of community enterprises depends on government policies, production cost, technology and marketing strategy;
2. Marketing strategies depend on government policies, production cost, and technology;
3. Technology depends on government policies and cost of production; and
4. Production cost depends on government policy.

Research Method:

This research on “The Influencing Factors of Economic Crop Development of Community Enterprises in Samut Sakhon Province” is a quantitative research to acquire findings on various issues that are more complete by using research model and techniques as follows:

1. Population and sample group in this quantitative research were 5,999 farmers in Samut Sakhon. The sample size was determined by using the 20:1 criteria of the observed variable, a statistical techniques of Structural Equation Modeling (SEM), Rule of thumb (Westland, 2010), that is 5 - 20 times the observed variable (Ding, Velicer & Harlow, 1995) as the sample size was large. (Hair et al., 2010). This research had a total of 20 observation variables, so the sample size calculating according to the above techniques was equal to 400 samples (20 x 20). After the sample size calculating had been completed, the researcher conducted stratified random sampling according to the proportion of the farmers in Samut Sakhon, as shown in Table 1:

$$\text{Number of sample group} = \frac{\text{Total number of sample group} \times \text{Number of populations in each group}}{\text{Total number of populations}}$$

Table 1: Sampling Size

(n = 400)

Plantation group	Population	Proportion (percentage)	Sample size
Coconut	786	13	52
Longkong	532	9	35
Pineapple	943	16	63
Rice	1,122	19	75
Fruit tree	925	15	62
Vegetable, flower, Ornamental plant	835	14	56
Thai herb	856	14	57
Total	5,999	100.00	400

Source: Office of Agriculture and Cooperatives, Samut Sakhon Province (2018)

From Table 1, it can be concluded as follows:

Sample group:

The number of samples was classified by farmer group in Samut Sakhon. Once the number of samples as mentioned above in the table was completely calculated, a simple sampling method was used with a draw method to obtain the complete sample as desired. However, all the samples used in the research required cooperation and consent of the research participants to receive the most accurate and complete information for the research.

2. Research variables:

Independent variables are: Government policy that consists of research and training, career pride, farmers debt resolution, and export promotions; Production cost that consist of financing, labor management, land and water management, and pest management; Technology that consists of agricultural machinery, logistic management, electronic commerce, and standardization; Marketing strategy that consists of pricing, distribution channels, product development, and promotion.

Dependent variable is the economic crop development of community enterprises that consists of observed variables as follows: 1. Risk of economic income, 2. applying community governance, 3. preserving ecosystems, and 4. preserving culture.

3. Research limitation:

This research on “The Influencing Factors of Economic Crop Development of Community Enterprises in Samut Sakhon Province” is a quantitative research which the researcher aimed to study academic information, concepts, and theories related to the content of economic plant development of community enterprises in Samut Sakhon in terms of government policy, production cost, technology, and marketing strategy as well as other concepts to make the research content complete.

4. Research tools:

The tools used in this quantitative research were questionnaires, checklists and rating scale. The questionnaires were divided into 5 items: 1) economic crop development of community enterprises, 2) government policy, 3) production cost, 4) technology and 5) marketing strategy. Tools were verified to find validity by presenting questionnaires to 5 experts in economic plant development and research methodology. After receiving the approval, the researcher improved the tools as well as checked their quality by determining the conformity index between questions and objectives, (Item – objective congruence index: IOC). After getting the complete questionnaires, the researcher tried out them with 30 population that is similar to the sample group similar to the sample to find the reliability by using Cronbach’s Alpha Coefficient. (Cronbach, 1990) The reliability received was 0.989.

Research procedure:

1. Date collection:

The researcher brought the edited questionnaires to collect data from 400 farmers in Samut Sakhon by using Simple Random Sampling and checking the complement of the questionnaires.

2. Data analysis:

After receiving the survey responses, the researcher brought them to be processed as follows:

1. Descriptive Statistics were used to describe the general characteristics of the samples and analyze factors influencing the economic crop development of community enterprises in Samut Sakhon including government policy, production cost, technology and marketing strategy. The statistics used in data analysis were: Frequency, Percentage, Mean and Standard Deviation.

2. Inferential statistics were used to test the hypothesis of factors influencing the economic crop development of community enterprises in Samut Sakhon, then Structural Equation modeling: SEM was used to analyze to test the relationship between latent variables and observation

variables, and the relationship between independent and dependent variables to determine the influence of government policy, production cost, technology and marketing strategy, which influenced the economic crop development of community enterprises in Samut Sakhon.

Results

Results of respondent general information:

The results of 400 respondents' general information are presenting by number and percentage as shown in Table 2.

Table 2: Number and the percentage of respondents' general information.

Personal Factors	Number	percentage
	400	100.00
Gender		
Male	202	50.50
Female	198	49.50
Age (Year)		
Under 20	11	2.75
20-30	77	19.25
31-40	90	22.50
41-50	106	26.50
51-60	69	17.25
Over 61	47	11.75
Education		
Undergraduate	198	49.50
Bachelor degree	189	47.25
Masters' degree or above	13	3.25
Monthly income (Thai baht)		
Less than 10,000	18	4.50
10,001-20,000	61	15.25
20,001-40,000	234	58.50
40,001-60,000	48	12.00
More than 60,000	39	9.75
Period of farming (Years)		
Less than 2	64	16.00
2-5	71	17.75
6-10	120	30.00
More than 10	145	36.25

From Table 2: it shows respondents' general information which can be discussed as follows: Gender: it indicates that there are 50.50% males and 49.50% female respondents which the number is nearly balanced. Age: it shows that most of the respondents are 41-50 years, that is 26.50%, followed by 22.50 % of 31-40 years, 19.25% of 20-30 years, 17.25% of 51-60 years, 11.75% of over 61 years, respectively, and there are only 2.75% of the youngest group at the age of less than 20 years. Education: it was found that most of the respondents holding undergraduate degree, that is 49.50%, followed by 47.25% of Bachelor Degree holders, and only 3.25% holding Masters' Degree or over. Monthly income: it shows that most of the respondents generate 20,000-40,000 baht, that is 58.50%, followed by 15.25% of those who generate 10,001-20,000 baht, 12.00% of them generate 40,001 – 60,000 baht, only 9.75% of them can generate over than 60,000 baht, and the poorest group can only generate less than 10,000 baht monthly income. Period of Farming: it was found that there are 36.25% of respondents who have worked on a farm the longest, as they have worked for more than 10 years, 30.00% of them have worked for 6-10 years, 17.75% of them have worked for 2-5 years, and 16.00% of them have worked only for 2 years.

The results of the structural equation model analysis.

The researchers modified the model based on the modification index and received an appropriate result and a structural equation model that was better compatibility with data. The results after the model adjustment were shown in Figure 1.

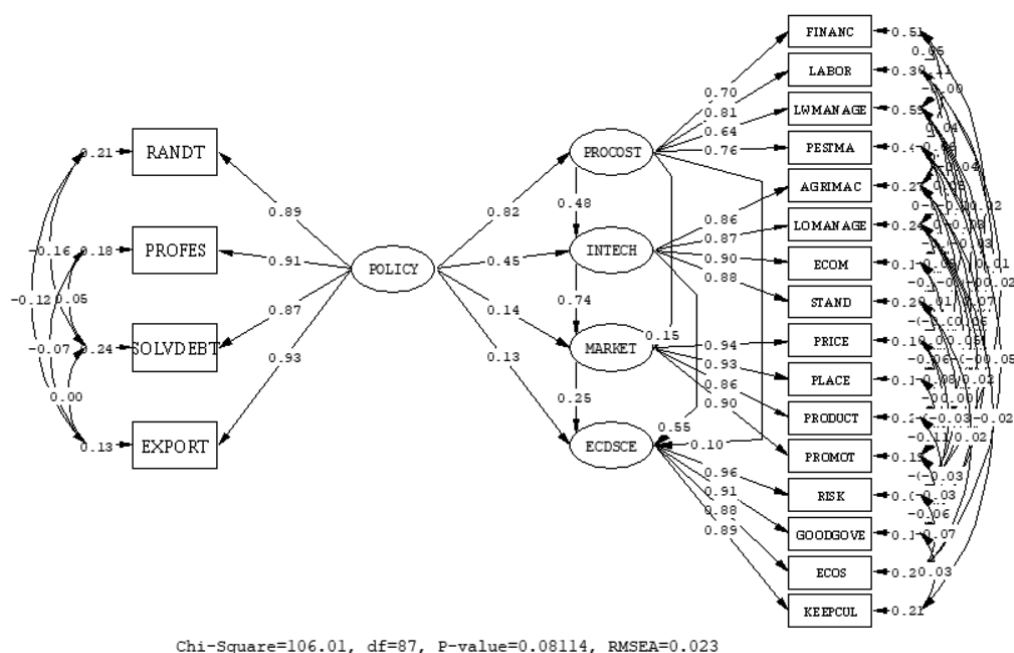


Figure 1: The results of the structural equation model analysis.

The result of modifying the correlation path in the model was that the overall model improvement is shown in Figure 1, which shows the standardized regression coefficient. After the model updating, it was found that the accessibility indicators matched well with the data. It meets the criteria of the compatibility rate with the data shown in Table 3.

Table 3: Data compatibility Index.

Indicators	Data compatibility Index Rate	Before Model Updating	Result	After Model Updating	Result
χ^2/df	< 2.00	4.79	Fail	1.22	Pass
P-value	> 0.05	0.0000	Fail	0.081	Pass
RMSEA	< 0.05	0.097	Fail	0.023	Pass
Standardized RMR	< 0.05	0.018	Pass	0.009	Pass
GFI	0.90 to over	0.84	Fail	0.97	Pass
AGFI	0.90 to over	0.79	Fail	0.94	Pass
CFI	0.90 to over	0.98	Fail	1.00	Pass
CN	Not less than 200	113.83	Fail	441.90	Pass

From Table 2: it can be explained as follows:

1. The relative chi-square value (χ^2/df) is 1.22, indicating that the model is fit with the empirical data as the relative chi-square is less than 2.00.

2. P Value is 0.081 which indicates that the model is in relative harmony with the empirical data, as the P Value is more than 0.05.

3. The two Absolute Fit Index that the researcher considered are: 1) Goodness of Fit Index: GFI equals 0.97, as GFI is between 0 - 1, and the acceptable GFI is more than 0.90; and 2) Adjusted Goodness of Fit Index: AGFI equals 0.94, it indicates that the model is harmonious with the empirical data as AGFI is between 0-1, and the acceptable AGFI is more than 0.90.

4. Conformity Index in Tolerance, the index that the researcher used to for the consideration is root mean square residual (RMR) which is 0.009, it indicates that the model is consistent with the empirical data as it is less than 0.05.

5. Square root index of Root Mean Square Error of Approximation: RMSEA is 0.023 which indicates that the model is quite consistent with empirical data as RMSEA is less than 0.05.

6. Comparative Fit Index: CFI is 1.00 which indicates that the model is in relative harmony as CFI is 0.90 to over.

7. The index of Critical N: CN is 441.90, which indicates that the model is in relative harmony as CN is more than 200.

Table 4: The analysis results of direct and indirect influence of latent variables from BETA and GAMMA values and displays the values of manifest variables from Lambda Y, Lambda X values.

Variable Influence	Cause and Effect Relationship		
	DE	IE	TE
Government Policy (POLICY)	0.13**	0.74**	0.87**
Production Cost (PROCOST)	0.10*	0.36**	0.46**
Technology (INTECH)	0.55**	0.19**	0.74**
Marketing Strategy (MARKET)	0.25**	-	0.25**

Remark: * Significant at the 0.05 level, ** Significant at the 0.01 level.

TE = Total Effect, IE = Indirect Effect, DE = Direct Effect

From Table 4, factors that had the greatest overall influence on the economic crop development of community enterprises in Samut Sakhon are Government Policy (0.87), followed by Technology (0.74), Production Cost (0.46), and Marketing Strategy (0.25), respectively. The factors directly affect the economic crop development was Technology that have the greatest direct influence, followed by Marketing Strategy, Government Policy, and Production Cost respectively; while factors indirectly affect the economic crop development was Government Policy which has the greatest indirect influence, followed by Production Cost and Technology, while Marketing Strategy has direct influence.

Table 5 Hypothesis Testing

Hypothesis	path coefficient	t statistics	Results
H 1 ECDSCE depends on POLICY, PROCOST, INTECH, and MARKET			
1.1 (POLICY --> ECDSCE)	0.13**	2.57	Supported
1.2 (PROCOST --> ECDSCE)	0.10*	2.06	Supported
1.3 (INTECH --> ECDSCE)	0.55**	5.35	Supported
1.4 (MARKET--> ECDSCE)	0.25**	3.60	Supported
H 2 MARKET depends on POLICY, PROCOST, and INTECH			
2.1 (POLICY --> MARKET)	0.14**	2.59	Supported
2.2 (PROCOST --> MARKET)	0.15*	2.13	Supported
2.3 (INTECH --> MARKET)	0.74**	9.48	Supported
H 3 INTECH depends on POLICY and PROCOST			
3.1 (POLICY --> INTECH)	0.45**	6.16	Supported
3.2 (PROCOST --> INTECH)	0.48**	5.73	Supported
H 4 PROCOST depends on POLICY)			
4.1 (POLICY --> PROCOST)	0.82**	12.81	Supported

Note ** is p value ≤ 0.01 , and * is p value ≤ 0.05

We tested our research hypotheses using SEM. The path coefficients and p-values for the proposed theoretical model are reported in Table 5. Our final model is presented in Fig. 1 based on our hypothesis testing. We found support for H1 (POLICY, PROCOST, INTECH, MARKET --> ECDSCE) ($p < 0.05$), H2 (POLICY, PROCOST, INTECH --> MARKET) ($p < 0.05$), H3 (POLICY, PROCOST --> INTECH) ($p < 0.01$), and H4 (POLICY --> PROCOST) ($p < 0.01$). Therefore, Our study empirically supports prior research which found that government help, technology, marketing strategy and innovation to increase production efficiency offers significant development of economic crops for the sustainability of community enterprises (Supathanit Termsangaunwong, 2013; Thanyapat Wattanajiraphan, 2018; Jintana Kanchanawisut).

Research Discussion:

The economic crop development of the local people can offer employment for farmers to generate more income. They are able to do their own business sustainably although they have to

confront with the dynamic global condition, that is the risk of economic income, community governance principles applying, ecosystem preservation and cultural preservation. The development of economic crop for sustainability focuses on the balance of the ecosystem, good quality product, and sufficient for farmers and consumers, while there are not any problems of health, society, and economy. (Department of Agricultural Extension, 2009, pp. 22-23).

The government emphasizes on the process of developing community potential to promote and support community enterprises, to strengthen the community to be self-reliant. It is in accordance with Jintana Kanchanawisut's research finding (2019), that the community owns its enterprises and operates primarily. The community has creative initiatives to acquire innovation by using learning and production processes. It combines with the base of local and international wisdom. The use of systematic linking of various activities and learning process as the heart to be self-reliant. The reorganization of relationships between people resources and knowledge to be main factors can contribute learning, management and development. This is in accordance with the research of Supathanit Termsangaunwong (2013), which found that business was planned, implemented, reviewed, updated regularly with production plan and every business used a combination of marketing promotion in various ways.

Government policy consisting of research and training, building professional pride, solving farmers debt problems and promoting exports which were the variable that has the greatest total both direct and indirect influence on the economic crop development of community enterprises in Samut Sakhon. As the government policy encourages small-scale farmers to assemble together to produce large-scale production, hence, there is a production and marketing plan created together to reduce production costs, while increase productivity, and improve product quality to reach the standards. nevertheless, there is a market to support and increase the bargaining power of farmers. Encouraging farmers to be responsible for the environment is also an agricultural standards upgrading to a higher standard level. Assisting farmers to manage the risks from agricultural price conditions or production conditions is a way to avoid oversupply. Taking charge of the income structure is to consider the ability of pay off the debt of the farmers. This is in accordance with the research of Rattaphong Chantakananurak (2015) which found that solving or alleviating farmers' debt problems will continue the development as well as providing knowledge on economic cost management in agriculture and non-agricultural sectors including guidelines for proper distribution and production management. It is also related to Thanyapat

Wattanajiraphan (2018) who has proposed to the government to help solve the debt problem, develop a learning center so that farmers can acquire learning skills in agriculture in various forms from experts, community sages, in order to apply the concept of Low-cost farming practices and approaches to modern farming.

Technology consists of agricultural machinery use, logistics management, electronic commerce and standards setting have secondly direct and indirect influence on the development of economic crops of community enterprises in Samut Sakhon. Various technologies applied to value added for farmers, such as agricultural machinery can help reducing production labor while getting more products and assist in the processing of agricultural products. Logistics management provides customers confidence when ordering farmer products. There is safety in goods transportation for customers confidence. Electronic commerce or commerce through electronic trading system by creating social media pages online to create internet agricultural products selling is consistent with the research of Samran Saraban (2018) which found that new generation farmers is an agricultural entrepreneur who uses technology and innovation to increase production efficiency by providing courses that are in line with the changes and needs of them and develop those courses along with various research agencies. The new farmer's incubator is used as a source of knowledge exchange and a model for the new generation farmers including building a network of new farmers. In addition, the new generation farmers should be developed with potential to access funding sources and marketing channels. Increasing use of digital technology in communication. In addition, the new generation of farmers should be developed with potential to access funding sources and marketing channel, and also increasing digital technology use in communication.

Production cost consisting of financing sources, labor management, land and water management, and pest management had the third direct and indirect influence on the development of economic crops of community enterprises Samut Sakhon. Production expense in activities carries good quality products that is in accordant with customers' needs. In terms of financing, farmers are able to find investment funding from short-term sources and access to seasonal capital. The government agencies provide assistance and advice the method of accessing various funding sources, managing of arable land to be allocated for the benefit of oneself and the community as a whole, providing water from natural water sources to store for use in the dry season, and not using chemicals in order to keep the water source clean and safe from residues.

The major production cost in the development of economic crops aims to both Thais and neighbors' labor management at a reasonable rate of employment, and to promote workers to develop agricultural skills. This is in accordance with the research by Thiwa Donlao (2021) which reveals that labor will be the most important engine of change in this modern economic world.

Marketing strategy including pricing, distribution channels, product development and selling promotion were the variable that has the least overall influence. However, it is still an important variable for the economic crop development of community enterprises in Samut Sakhon. Developing a marketing strategy is a very important part. Choosing the right marketing strategy to match the target market requires creating a marketing strategy in the right ratio. Sakrannit Leksuth and Pongsiri Pituratcharoenkul (2020) explain that organic market management guidelines should be classified as community markets with a variety of organic products, a clear price tag, the ability to distribute products and the product can be easily purchased, including in product development, the appropriate price determination with the quality. This finding is consistent with the research by Siripong Thanman and Nirinthana Busaphruek (2019), which was found that the priority is quality and value for the benefit received, increase distribution channels and sales promotion, and good services to meet the customers' needs of achieving satisfaction in agricultural products.

Suggestion:

From the research results, it was found that factors Influencing the Economic Crop Development of Community Enterprises in Samut Sakhon is the government policy to the economic crop development of community enterprises in Samut Sakhon to be carried out under the economic policy; they are protecting and preserving the farmers' interests in production and marketing, promoting agricultural products to receive the highest return, as well as promoting the agricultural product processing industry to create economic value adding. Nevertheless, all agencies involved in community enterprises in Samut Sakhon should develop a roadmap for the development of the agricultural sector in all 5 areas, including implying the plan into action through driving mechanisms at the level of policies, strategies, and action units in order to answer the question of agricultural business conducting that is suitable and beneficial to farmers in Samut Sakhon Province.

References:

- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of psychological testing* (5th edition). New York: Harper Collins Publishers, pp. 202-204.
- Department of Land Development, Ministry of Agriculture and Cooperatives. (2021). *Appropriate agricultural promotion guidelines according to the map database of proactive agriculture in Samut Sakhon Province*. (23 October 2022). Retrieved from <http://www.idd.go.th/Agri-Map/Data/C/skn.pdf>.
- Department of Agricultural Extension. (2009). *Sustainable agriculture in line with sufficiency economy*. Bangkok: Department of Agricultural Extension.
- Ding, L., Velicer, W.F. & Harlow, L.L. (1995). Effects of Estimation Methods, Number of Indicators per Factor, and Improper Solutions on Structural Equation Modeling fit Indices. *A Multidisciplinary Journal*. 2(2), pp. 119-144
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective*. 7th Edition, Pearson Education, Upper Saddle River.
- Jintana Kanjanavisut. (2019). *Community enterprise path for career development and self-reliance* (3rd edition). Bangkok: Kasetsart University, Faculty of Education, Department of Vocational Education.
- Master Plan under the National Strategy (3) Agriculture Issues 2018-2037. (2019, 18 April). *Government Gazette*. (Volume 136, Part 51K, p. 1).
- Rattaphong Chantakananurak (2015). Economic Factors of Farmers and Agricultural Development in Agricultural Land Reform Area, Lanangrong Sub-district, Non-Din Daeng District, Buriram Province. *Journal of Humanities, Social Sciences and Arts*. 8(3), pp. 314-328.
- Sakrannit Leksut and Pongsiri Pituratcharoenkul. (2020). Development of organic agricultural marketing model of sustainable agriculture network. Lamphun Province. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, 14(2), pp. 77-87.
- Samran Saraban. (2018). *Guidelines for creating a new generation of farmers into the agricultural sector*.

- Suphanit Toemsawangwong. (2013). Factors for business success, entrepreneurs who have been selected the best products of one sub-district, one 5-star product, Sansai district, Chiang Mai. *Journal of Community Development and Quality of Life*, 1(1), pp. 31-41.
- Siripong Thanman and Nirinthana Busaphruek. (2019). A Study of Agricultural Product Development and Consumer Behavior by Integrated Research Process. *Valayalongkorn Research and Development Journal under the Royal Patronage of His Majesty the King*. 14(1), pp. 111-124.
- Thiwa Don Lao. (2018). The future of Thai workers under changing economic conditions. *Journal of Administrative and Management Innovation*. 9(1), pp. 35-44.
- Thanyapat Wattanajiraphan. (2018). Guidelines for Solving Farmer Debt Problems Based on Sufficiency Economy Concepts of Rai Lak Thong Sub-District Farmers, Phanat Nikhom District, Chonburi Province. *Journal of Social Sciences and Buddhist Anthropology*. 6(6), pp. 298-312.
- Office of Agriculture and Cooperatives, Samut Sakhon Province (2561). Basic information on agriculture. General information of Samut Sakhon Province. (September 21, 2021). Retrieved from <https://provinfo.opsmoac.go.th>.
- Westland, J. C. (2010). Lower bounds on sample size in structural equation modeling, *Electronic Commerce Research and Applications*, pp.476-487.

Customers' Choice Determinants When Buying A Business Class Air Ticket: The
Perspective Of Airline Customers In Thailand.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเลือกตั๋วเครื่องบินชั้นที่นั่งธุรกิจ: มุมมองของผู้โดยสาร
ในประเทศไทย

Ploywarin Sangsomboon^{1*}, Hathaichanok Fufuang²,

Nisara Paethrangsi³, Wanlapa Jandaboue⁴

พลอยวรินทร์ แสงสมบุญ, หทัยชนก ฟู่เฟื่อง, นิสรา แพทย์รังษี, วัลภา จันดาเบา

^{1,2,3,4} Rajamangala University of Technology Thanyaburi

*Corresponding E-Mail: ploywarin_s@rmutt.ac.th

Abstract

This study explores the most important determinant that customers consider of choosing a business class ticket in Thailand. The samplers of this research are of 309 passengers with experience with business class. The tool used to collect data is questionnaire. In-depth interviews were performed with seven key informants: passengers, business class cabin crew, and strategic airline officers. The statistics used for data analysis are percentage, average, and standard deviation. The findings of this paper reveal that demographic factors, such as gender, age, education, income, and occupation, affected customer purchase decision when buying business class ticket. Customers care about the comfort of in-flight service and seat function, so they rated factors of Seat comfort & In-flight service (SC) as the most important, followed by Marketing Promotion (MP). The two most minor determinants that customers consider when buying a business class ticket are Types of Route (TR) and Priority Service Preference (PS).

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อตั๋วเครื่องบินชั้นธุรกิจของผู้โดยสาร กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้โดยสารที่มีประสบการณ์เดินทางในชั้นธุรกิจ จำนวน 309 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ ชุดแบบสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 7 คน ได้แก่ ผู้โดยสารชั้นธุรกิจ พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินชั้นธุรกิจ และเจ้าหน้าที่สายการบินที่ปฏิบัติงานเชิงกลยุทธ์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้าน เพศ อายุ การศึกษา รายได้และอาชีพ ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อตั๋วชั้นธุรกิจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการตัดสินใจซื้อตั๋วเครื่องบินในชั้นธุรกิจคือ คือ ความสะดวกสบายของที่นั่งและการบริการ

บนเครื่องบิน และการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญน้อยที่สุดเมื่อตัดสินใจซื้อ คือ ปัจจัยด้านประเภทของเส้นทาง และการได้รับสิทธิ์พิเศษเมื่อเดินทาง

คำสำคัญ: ปัจจัย, ตัวเครื่องบินที่นั่งธุรกิจ, ผู้โดยสารในประเทศไทย

Introduction

The aviation industry is an industry that plays a vital role in economic development. It contains various components, including the building industry, aircraft maintenance, assembly, airline personnel development, airport management, air navigation aids, and ground service equipment. The airline industry connects people, cultures, and businesses across continents (ICAO, 2018). Airlines manage their revenues by using distance and weight to determine the fare. For economy class, the airlines also use the time of buying a ticket as one factor that defines the fare. To illustrate, buying the ticket for several days before boarding will be cheaper. In some cases, buying a ticket in advance of the business class may cost less than buying an economy ticket nearby the departure date (Wingtips, 2021). As the income management, setting the business class fare compile with many factors; for example, the round-trip ticket will be cheaper than a one-way ticket, the popular route will cost more than the unpopular, and competitive routes will cost lower due to the competitive conditions. For instance, Thai airways were ever provided a new campaign, 'Buying ticket-books of 4 business class flights' costs 59,999 THB, and the passenger can choose the destination by themselves later, under the condition of 1. The departure and arrival must be on the same continents 2. That route must be the fevered route. (Thaiairways, 2021) Some of the airlines focus on comfortable and luxury services in business class. Thus, Qatar Airways provides travel kits fulfil the facility, such as lip balm, face moisturizing spray, and anti-aging moisturizer cream. The airline also provides pyjamas and 100% cotton slippers to make the passenger sleep well (Qatarairways, 2022). A bunch of the passengers used the business class as their feeling after the flight to imagine they felt fresher and more energetic after traveling with the business class flight because they were having good rest and comfortable, luxurious, and flavourful food from the inflight service (Expedia, 2022).

After the COVID 19 pandemic, the world economy has changed, and airline revenue was also decreasing. Therefore, revenue passengers of the airlines had to adapt and create a new strategy for surviving in the industry. Typically, Business class operates in not only long-

haul routes or jumbo jet planes of full-service airlines but also some long-haul flights operated by low-cost airlines. The business class price of the national airlines or the airlines that offer the direct flight will cost more than the others on the same route. Booking business class tickets during festivals or peak seasons are expensive due to the limitation of available seats (Skyscanner, 2022). The cost of passenger business class tickets reflects the comfort and opulence of their flight experience. It considers every extravagant detail, including the ratio of cabin crew whose job is to ensure that passengers are delighted (Businessclassexperts, 2022). The ticket fares are different by the airline. The Business class ticket from Suvarnabhumi International Airport (BKK) to London Heathrow International Airport (LHR), operated by Thai International Airways, a member of the Star Alliance, cost 187,800 THB per seat, and Emirates Airlines cost 172,855 THB per seat (Expedia, 2022). The information shows that the airlines could raise revenue from selling business-class tickets. The authors are interested in studying the factors that impact the decision-making of buying a business class ticket. Hence, a research question is what factors lead the passenger to buy a business class ticket from the perspective of passengers in Thailand? Based on the above literature review, the objective for this study is developed as follows:

Objective

To explore the most important determinant that customers consider of choosing a business class ticket for passengers in Thailand.

Research Scope

1. Scope of population

The research team (the authors) only collect the data from the passenger that have ever traveled by air, both Thai and foreigners, at Suvarnabhumi International Airport and on the internet.

2. Scope of contents

Independent variables consist of 1) demographic factors, such as gender, age, education, income, occupation, and frequency of air travel. 2) Buying decision behavior factors are the interest of convenience during the flight, promotion, priority service, reason for choosing the airlines, and reason to fly in business class. 3) Type of route factors are the route characteristics, i.e., short-haul, medium-haul, long-haul, and flight frequency dependent variables consist of the decision-making to use the business class.

Scope of time, the authors are starting this research from July to October 2022, which is four months.

Literature review

Concept of airline companies' service in each class.

There are both fixed and flexible services by the airlines (Chang et al., 2003). The example of fixed service are seat size, type of airplane, and baggage allowance. The flexible service of airline includes in-flight meal service and other service by flight attendants. The commercial airline can be divided into four types (Finance-Rumour, 2021). 1) Full-service airlines or premium airlines are provided business class and economy class with international standards. 2) Low-cost airlines provide cheaper tickets than the others because they can decrease the expenses of operations, i.e., single fleet aircraft, staff uniform, and passenger in-flight meal service. 3) Regional airline is an airline that operates flights only within the region. 4) Charter airlines, this airline has a flexible schedule because it will primarily provide only charter service (Jittanng, 2005).

An airline has various classes of seats on the plane. Passenger sitting each service class have got different services and comfort. Most airlines separate the class of services into four classes 1. First class has a wide seat for the passenger and can convert to a bed. Normally, the first class located on the front of aircraft adjoining the cockpit due to the huge space. 2) Business class is a class with exceptional services and meals lower than the first class. It is generally somewhere in between first class and economy class seats. Passengers can carry much baggage, approximately 30 – 40 Kgs. per person 3) Premium economy class seats are almost as spacious as business class. However, in terms of service, it will be the same as economy class. 4) Economy class occupies with several seats so the seat cannot be reclined much, and passengers gets normal meals. (Gotogethertravel, 2019)

Consumer behaviour analysis has explained the nature of consumers' needs and buying behaviours. How to meet the customer satisfaction and arrange the appropriate marketing strategies, the 6Ws 1H questions need to be answer. These questions contain of who, what, why, when, where, and how. The ways to find the answers are to clarify all seven items or 7Os which consist of Occupant Objects, Objectives Organization Occasions Outlet, and Operation (Sereerat et al., 1998).

Table 1 Analyzing consumer behavior

Questions (6Ws & 1H)	Frequently Asked Questions (7Os)	Related Marketing Strategies
1) Who is in the market?	Character of occupant 1) demography 2) geography 3) psychology 4) behaviour	Marketing Strategy (4P) contains developing in the areas of 1) Product 2) Price 3) Distribution 4) Promotion
2) What does consumer buy?	What objects that consumers want to buy? Products, product attributes, and the differentiation that create competitive advantage.	Product strategy: 1) Main products 2) Product appearance 3) Bundling products 4) Expected product
3) Why does consumer buy?	Objectives to buy: Consumers buy products to satisfy physically demanding and psychological aspects. Influencing factors on buying behavior are 1) psychology 2) social and culture 3) individual factors	Four popular marketing strategies. which are 1) Product strategy 2) Marketing promotion strategy, 3) Price strategy 4) Distribution Strategy
4) Who participates in the buying?	Roles of organizations influence on purchasing decisions 1) Initiator 2) Influencer 3) Decision maker 4) Buyers 5) Users	The popular strategies are advertising and marketing promotion strategies.
5) When does the customer buy?	Occasions to buy	Seasonal marketing promotion such as time to launch promotion.
6) Where does the customer buy?	Outlets where consumers go to purchase such as mall or grocery store	Distribution channel strategy Bringing the product to the target market
7.) How does the customer buy?	Steps in making a purchase decision (Operations) 1) Awareness of the problem 2) Data search marketing promotion 3) Alternative evaluation 4) Purchase decision 5) Feeling after purchase	Promotion strategies such as advertising personal selling, press release, public relations, and direct marketing

Source: Sereerat et al., 1998

Customers' choosing decision.

Deciding means choosing to do something from the available options (Walters, 1978). How consumers make decisions contains internal factors: motivation, Awareness, learning, personality, and consumer attitudes, which will reflect their needs, and Awareness of the wide variety of products to choose from the activities that the consumer engages about the available information. Moreover, finally, assess the value of those alternatives. (Kotler, 2000)

Sales Promotion

Marketing promotion is analyzing and determining strategies for how to boost sales of products, with four main methods: sales promotion, such as discount, exchange, and giveaway strategies, and advertising, such as online advertising or hiring celebrities to review

products. The use of salespeople such as calls to offer sales. (Sereerat et al, 1998) Airlines regularly run promotional offers to increase load factors. Though tickets are discounted, airlines get huge working capital in a short span- which they can use for immediate expenses instead of taking a loan (Airlineblog, 2018).

Types of routes

Determinants impact passengers' air ticket choices based on route distance (Elking & Windle, 2014). Short haul is a flight lasting anywhere from 30 minutes to 3 hours. Medium haul is defined as flights lasting between 3-6 hours. Moreover, lastly, long-haul flights extend beyond 6 hours (MCG, 2021).

Seat comfort & In-flight service in business class. Air travel in business class provides passengers to get around the globe with good quality and comfort in all aspects of travel. Business class seats provide extra legroom so passengers can stretch out with a partially partitioned for some privacy. There is room to recline and some lie-flat for long-haul flights. For in-flight service, there is a fixed menu of dining, gourmet meals, snacks, and appetizers. In addition, an extensive menu of champagne, fine wines, cocktails, and whiskey. The amenity kits such as ear plugs, freshen-up cosmetics, and slippers are given to passengers (Businessclassexperts, 2022).

Priority services in business class. Airlines give priority service to business class passengers differently depending on which airline the passenger chooses, the destination, and the aspects of the flight. When a business class passenger arrives at the airport, their experience is a luxury. Passenger treatment to a separate, super-fast, and easy luggage booking area. Most business class passenger lounges are designed for the convenience of passengers with large, semi-private, comfortable desk spaces, sockets for charging phones and laptops, large meeting table availability, and separate areas to relax in before the flight. The business lounges have everything needed to ensure that pre-flight wait time is not wasted—exclusive areas designed for work – or relaxing (Businessclassexperts. 2022). The airline provides complimentary alcoholic and non-alcoholic beverages in the lounges and onboard.

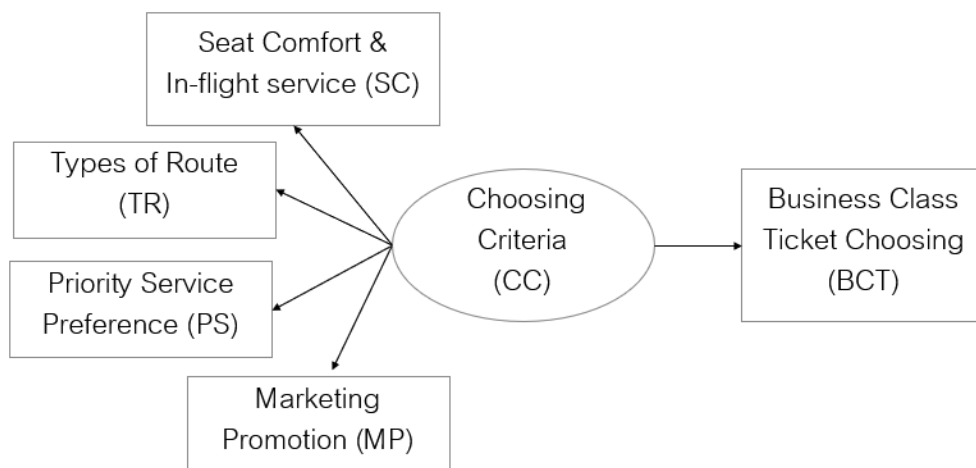


Figure 1: Conceptual structure of the study.

Methodology

The researcher used a mixed research methodology combining a qualitative and quantitative methods. Theories and notions about choices decision-making, Seat Comfort & In-flight Service (SC), Type of Route (TR), Priority Service Preference (PS), Marketing Promotion (MP), and other related theories were applied. This paper identifies the most important factors that influence customers' choice to buy a business class air ticket. The first study adopts a qualitative approach with 7 key informants (3 passengers, 2 business class cabin crew, and 3 strategic airline officers), followed by the second study based on a quantitative survey with 309 participants. The sample in the research were passengers who had traveled by plane and had previously flown in a business class.

Research tool, the researcher has chosen the tool used to collect data for the research as a three-part questionnaire. Part 1: Demographics: gender, age, education level, occupation, and average monthly income. Part 2: Passenger boarding experience airlines that have used seat level used frequency of air travel and attitude towards business class service. Part 3: Factors affecting passengers' choice of service, which will be divided according to the experience of the respondents by the questionnaire with closed-ended questions is a rating scale according to Likert (1932). Each question has five answers to choose from the least influent to the highest influent. Rating scale criteria is shown in Table 2.

Table 2: Rating scale criteria

Rating score	Description
--------------	-------------

5	The highest influent
4	High influent
3	Average
2	Less influent
1	The least influent

As the survey was conducted with Thai airline customers, the questionnaire was translated into Thai, then translated back into English again. For the research tool validity, a pretest was performed before distributing the complete questionnaires. A total of 35 questionnaires were distributed to obtain validity and reliability. During the pretesting process, explanations were also provided regarding unclear or difficult-to-answer questions. Defects questionnaires were compiled and modified to ensure an effective questionnaire.

Data collection. The researcher conducted data collection with a questionnaire between August and September 2022. The questionnaire was developed from literature reviews to fit convenience sampling online google Forms and in-person surveys. The intended population included airline customers who have experience in air travel. 400 questionnaires were distributed, among which 324 were returned, and 309 were used for analysis. A random sampling using the Morgan table sample size of 309 was used (Krejcie & Morgan, 1970). **Analysis data** analysis was a descriptive analysis by percent applying, standard deviation, and mean. The data were then analyzed with a computer program.

Results

The grounded theory approach adopted in this study revealed four factors that airline customers in Thailand consider when deciding to buy a business class ticket: seat comfort & In-flight service, marketing promotion, type of route, and priority service preference.

Each participant knew about business class service, and they were questioned regarding the factors customers considered while choosing a ticket. The interviews initially probed into evaluating essential services already offered by some existing airlines in Thailand, such as onboard meals, seat comfort, sale promotion, priority services such as baggage

allowance, lounge service, and the types of routes. We then asked each respondent which factors were significant to them. Table 3 describes the results of the respondents' interviews.

Table 3 Description from the respondents' interview

Seq. No.	Quote by respondent	Grouping of keywords	Finding theme
	"Cabin crew is the face of the airlines, and they must be trained to give very nice service. In a business class it seems like cabin crew were chosen, so the service leaves an impression to passengers."	face of the airlines, leaves an impression to passengers	Cabin crew friendliness
	"Good airline should have great customer care and good quality of food and drinks especially in business class".	great customer care, good quality of food and drinks.	In-flight service
	"When I am traveling from morning tonight. I prefer big seat that comfort enough, so it make me sleep well throughout the flight".	prefer big seat that comfort enough, sleep well	Seat comfort
	"Good airline should have special facilities for patients and for the elderly. I Travelled in economy class with my parents few months. I Was quite impressed by the special assistance. So, I don't think the special service is fixed with service class".	special facilities, impressed by the special assistance, special service is fixed with service class.	Priority Service Preference
	"Sales promotions are something I consider very much while making my choice of which airline and which	Sales promotions are being considered,	Sales promotion

Seq. No.	Quote by respondent	Grouping of keywords	Finding theme
	class to fly. I used to get promotion to buy very cheap flight for my wife when a company buy a full fair ticket for me.”	promotion to buy very cheap flight	

Table 3 illustrated that respondents gave important factors on in-flight service and seat comfort. To reconfirm factors that passengers considered when buying a business class ticket, we asked questions such as, “what factor is the most important to you while selecting a business class ticket? In-depth interviewing with a customer who had experience with the business class services revealed that the reasons passengers fly in business class are about the seat comfort, inflight service, and the promotion would provide by the airlines. Most of them consider seat comfort and in-flight services as the first factors to fly in business class, by means of the size, comfortability, and technology of the business class seat, along with the promotion of pre-purchasing tickets in a special deal with opening the destination is tempting. The difference in the reason is the type of route (short, medium, and long haul). This varies to the budget of the passenger and the priority service preference as some passengers already have priority in the airport, so they consider this factor does not affect their decision on flying in business class.

The sample used for this study consists of 309 respondents. The sample is classified by gender, age, education, occupation, and monthly income, as shown in Table 4.

Table 4: Demographic profile of respondents (n=309)

	Variables	No. of respondent	Percentage
Gender	Male	93	30.09
	Female	216	69.91
Age	20-29	78	25.24
	30-39	82	26.54
	40-49	105	33.98
	51 and above	44	14.24

Education	High school and lower	116	37.54
	College/ graduate and above	193	62.45
Occupation	Government officer	64	20.71
	Private sector	139	44.98
	Self employed	81	26.22
	Other	25	8.09
Monthly income	30,000 and lower	57	18.45
	30,001-40,000	53	17.15
	40,001-50,000	74	23.94
	50,001 and higher	125	40.46

Airline customers' behavior shown in table 1 illustrates that 69.91% are female, with a 33.98% age range between 40-49 years old. The educational level showed that the highest number of 193 (62.45%) respondents were bachelor's holders or higher. Most of the respondents work in the private sector, and their monthly incomes are 50,001 and higher.

Table 5 Mean, S.D., and opinion level of customers' choice determinants on buying decision.

Variable	Mean	S.D.	Opinion level	Rank
Seat Comfort & In-flight service (SC)	4.36	0.544	Strongly agree	1
Marketing Promotion (MP)	4.24	0.613	Agree	2
Type of Route (TR) (Shot, medium, and long haul)	4.15	0.535	Agree	3
Priority Service Preference (PS)	4.10	0.657	Agree	4

Table 5 illustrates that the factors that influence customers' choices decision are 1) Seat Comfort & In-flight service (SC), with a mean of 4.36 and a standard deviation of 0.544, 2) Marketing Promotion (MP), with a mean of 4.24 and a standard deviation of 0.613, 3) Type of Route (TR) (Shot, medium, and long haul), with a mean of 4.15 and a standard deviation of

0.535, and 4) Priority Service Preference (PS) with a mean of 4.10 and a standard deviation of 0.657

Discussion and conclusion

Characteristics of routes (types of routes) and Priority service. Mean and correlation was conducted to examine the relationship between the factors affecting the customer's choices to buy business class air tickets. According to the study, the opinions of passengers who used to use business class service contributed to promoting and supporting passengers' choice of using business class service. There are essential factors in various aspects: seat comfort, on-board service followed by Promotional promotions that meet the needs of passengers. The factors considered for the study are based on Influencing external factors such as comfort, sales promotion, route, priority service, and customer behavior.

The highest impact factor in choosing a business class ticket is seat comfort and in-flight service (SC). As reflection of the research results showed a mean score of 4.36. This result is consistent with scholars' work that the factors influencing customers' choice when buying an air ticket are in-flight service satisfaction (Kartikey, 2019). The direct influence of in-flight service quality on the customer is more critical in the prestige class than in the economy class (An & Noh, 2009). Sales promotions (SP) such as price discounts, coupons discounts, and buy one get one free significantly impact customers' choices decision with a mean of 4.24. This confirms the finding of the earlier researcher that there was a significant relationship between price discounts and customer buying behavior (Syed et al., 2015). The type of route (TR) was the third factor that customers chose. It is standard for long-haul travel passenger who prefers a wide-body fleet, and the seat is exceptionally private. Unfortunately, the type of route cannot adjust by the airline. Although customers rated the Priority service preference (PS) as the least important, it showed a positive correlation with customers' choices decision for a business class ticket with a mean of 4.10

Future research

As presented in this study, seat comfort & in-flight service quality influences customer choices when choosing to buy a business ticket. Future research will study the preference of first-class passengers because first-class luxury builds the airline's image. Therefore, we can

predict that first-class passengers would also show different preferences from business-class passengers.

Acknowledgments

The researchers are appreciated for the multi-dimension support of Rajamangala University of Technology Thanyaburi.

References

- Airlineblog. (2018). Ten factors that influence price of airline tickets. Retrieved October 22, 2022, from <https://www.airlineblog.in/2018/06/10-factors-that-influence-price-of-airline-tickets.html>.
- An, M., Noh, Y. (2009). Airline customer satisfaction and loyalty: impact of in-flight service quality. *Service Business* 3, 293–307.
- Bowen Jr, J. T. (2010). A people set apart: The spatial development of airline business class services. *International Business Travel in the Global Economy, Farnham (Royaume-Uni)*, Ashgate, 11-30.
- Businessclassexperts. (2022). Business class vs first class explain. Retrieved August 20, 2022, from <https://businessclassexperts.com/business-class-vs-first-class/>
- Chang, D. (2003). A comparative study of measuring airliners' service quality. *Journal of Korean Society for Quality Management*. 31(4),36–54.
- Chung, W.K. & Rong, C.J. (2017). Willingness to pay for airlines' premium economy class: The perspective of passengers. *Journal of Air Transport Management*, 59. 134-142.
- Claussen, J. & O' Higgins, E. (2010). Competing on value: Perspectives on business class aviation. *Journal of Air Transport Management*, 16(4), 202-208.
- Elking, I & Windle, R. (2014). Examining Differences in Short-Haul and Long-Haul Markets in US Commercial Airline Passenger Demand. *Transportation Journal*,53(4), 424–452
- Expedia. (2022). *Business Class cabin*. Retrieved August 13, 2022, from <https://www.expedia.co.th/lp/b/business-class-flights>
- Finance-Rumour. (2021). *Types and classes of passengers' airlines*. Retrieved October 31, 2022, from <https://www.finance-rumour.com/lifestyle/travel/passenger-airlines-class/>
- Gottogethertravel. (2019). *Let's get to know the seats in each class of the airline*. Retrieved July 21, 2022, from <http://www.gottogethertravel.com>.

- ICAO. (2018). *Aviation Benefits: contributing to global economic prosperity*. Retrieved October 31, 2022, from <https://unitingaviation.com/news/economic-development/aviation-benefits-for-a-better-future/>
- Jittang Wattana, B. (2005). *Aviation Industry & Airline Ticketing Reservation*. Bangkok: Press and Design.
- Kartikey, K. (2019). Factors Influencing Customers Airline Choice: A Unique Study of Low-Cost Carriers in Kurdistan. *Journal of Physics: Conference Series*, Vol. 1362, International Conference on Physics and Photonics Processes in Nano Sciences, India.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management: Analysis, Planning, Implementation and Control*. 9th Ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
- Likert, R. A. (1932). Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 22, 1-55.
- MCG. (2021). *The differences between long-haul & short-haul piloting*. Retrieved August 15, 2022, from <https://www.themcgggroup.com/blog/the-differences-between-longhaul-and-shorthaul-piloting/bp67/>
- Qatarairways. (2022). *The world's best business class designed for you*. Retrieved August 25, 2022, from <https://www.qatarairways.com/th-th/onboard/business-class.html>
- Sereerat et al., (1998). *Marketing Strategy and Marketing Management*. Bangkok: Thammasarn.
- Skyscanner. (2022). *Five Dictatorship Tactics! Cheap Business Class airfares*. Retrieved August 1, 2022, from <https://www.skyscanner.co.th/news/how-to-book-cheap-business-class-tickets>
- Syed, A. et al. (2015), Impact of sales promotion on customer buying behavior in Pakistan, *international interdisciplinary journal of scholarly research*, 1(3).
- Thaiairways. (2021). *Royal Silk Class*. Retrieved August 13, 2022, from <https://www.thaiairways.com/th>
- Walters, C. G. (1978). *Consumer Behavior: Theory and Practice*. 3rd Ed. Homewood Illinois: R.D. Irwin

Wingtips. (2021). The process of setting prices and managing airline seats. Retrieved August 21, 2022, from <https://www.wingtips.info/airline-revenue-management/>

Wongratata, C. (2018). Techniques for using statistics in research. Ed. 13th, Bangkok: PimLuck.

Factors Affecting Student Behavior of Demonstration School Students in Bangkok

Praiporn Saengchan

Abstract

This research aims to study the behavioral level of students of demonstration schools in Bangkok, to study the relation between factor of administrator's characteristics, teacher's characteristics, student's participation, school environment and student behavior, and to predict student behavior of the demonstration school student in Bangkok. The samples were the Director of the School, the Deputy Director of Administrative Affairs, the Deputy Director of Planning and Quality Assurance, the Deputy Director of Student Affairs, the Deputy Director of Academic Affairs and Teachers of Demonstration School in Bangkok, which consisted of 400 persons. Questionnaires with a 5-point rating scale were used as a research instrument. The statistics used to analyze data were Standard Deviation (SD), Pearson's Product Moment Correlation Coefficient, and the Multiple Regression Analysis.

The results showed that 1) the behavioral level of demonstration school students in Bangkok and the factor of administrator's characteristics, teacher's characteristics, student's participation and school environment were all at the highest level 2) the relation between factor of administrator's characteristics, teacher's characteristics, student's participation, school environment and student behavior had a high level of correlation by all aspects having a positive correlation with statistical significance of 0.01, and 3) the prediction of student behavior of the demonstration schools student in Bangkok can predict the success of Personnel Administration at 32 percent.

Keywords: Student Behavior, Demonstration School, School Environment

Introduction

Good educational management is considered as one of the most essential fundamentals in the development of human resources and the country. Having a quality country's population will result in sustainable development of the nation. Whether people will have quality or not, it is up to effective educational management. Therefore, education is the foundation of human development which is considered as the most valuable resource of the nation. (Phetsombat and Phetsute, 2021) According to the National Education Plan B.E. 2560-2574 (2017-2031) (Ministry of Education, 2017), educational institutions are required to produce personnel that features 3Rs 8Cs which includes the 3Rs skills and attributes —reading, writing, and arithmetic. The 8Cs —

Critical Thinking and Problem Solving; Creativity and Innovation; Cross-cultural Understanding; Collaboration, Teamwork and Leadership; Communications, Information and Media Literacy; Computing and ICT Literacy; Career and Learning skills; and Compassion. These can be formed through the use of various teaching methods. (Waeochan, 2017)

The following information indicates that educational management that emphasizes student-centered is essential. (Brandes and Ginnis, 1992) This process is also a fundamental concept of many educational management theories. In improving the teaching and learning process in accordance with the stated policy, it is necessary to change the teaching and learning process and to build necessary skills. The important components that enable students to develop good learning behavior consist of the teacher's characteristics, administrator's characteristics, student's participation, and school environment. As shown in the study of Chanida Yodsalee and Kanchana Boonsong (2016), it was found that the factor of teacher and administrator affect the learning achievement of students. The study of Sutharat Tongluea and Kanchana Boonsong (2015) also shows the concordant results that the characteristics and administrative behaviors of school administrators affect the quality of educational institutions. The study of Phrakhrubaidika Monthon Khamago (Chutosri) (2019) appears that the study of factors affecting learning behavior is mostly the study in the group of undergraduate students. Therefore, in this study, the researcher found that the group of primary and elementary students, which is a fundamental education, are the gap of the studies. The following information made the researcher interested in the study of causal factors influencing on student behavior in demonstration schools in Bangkok. The purposes of this study were to study the level of administrator's characteristics, teacher's characteristics, student's participation, school environment and student behavior; to study the causal factor that has the influence on administrator's characteristics, teacher's characteristics, student's participation and school environment that influences student behavior; and to study the guidelines of factors influencing student behavior in demonstration school students in Bangkok.

Objectives of the Study

1. To study the level of student behavior of demonstration school students in Bangkok.
2. To study the relation between the factor of administrator's characteristics, teacher's characteristics, student's participation, school environment and student behavior of demonstration school students in Bangkok.
3. To predict the student behavior of demonstration school students in Bangkok.

Conceptual Framework

The study on factors affecting student behavior of demonstration school students in Bangkok, the researcher has reviewed the concepts, theories, and related studies including the concepts and theories on student behavior, concepts and theories on teacher's characteristics, concepts and theories on administrator's characteristics, concepts and theories on participation, concepts and theories on school environment, and the context of the demonstration schools in Bangkok.

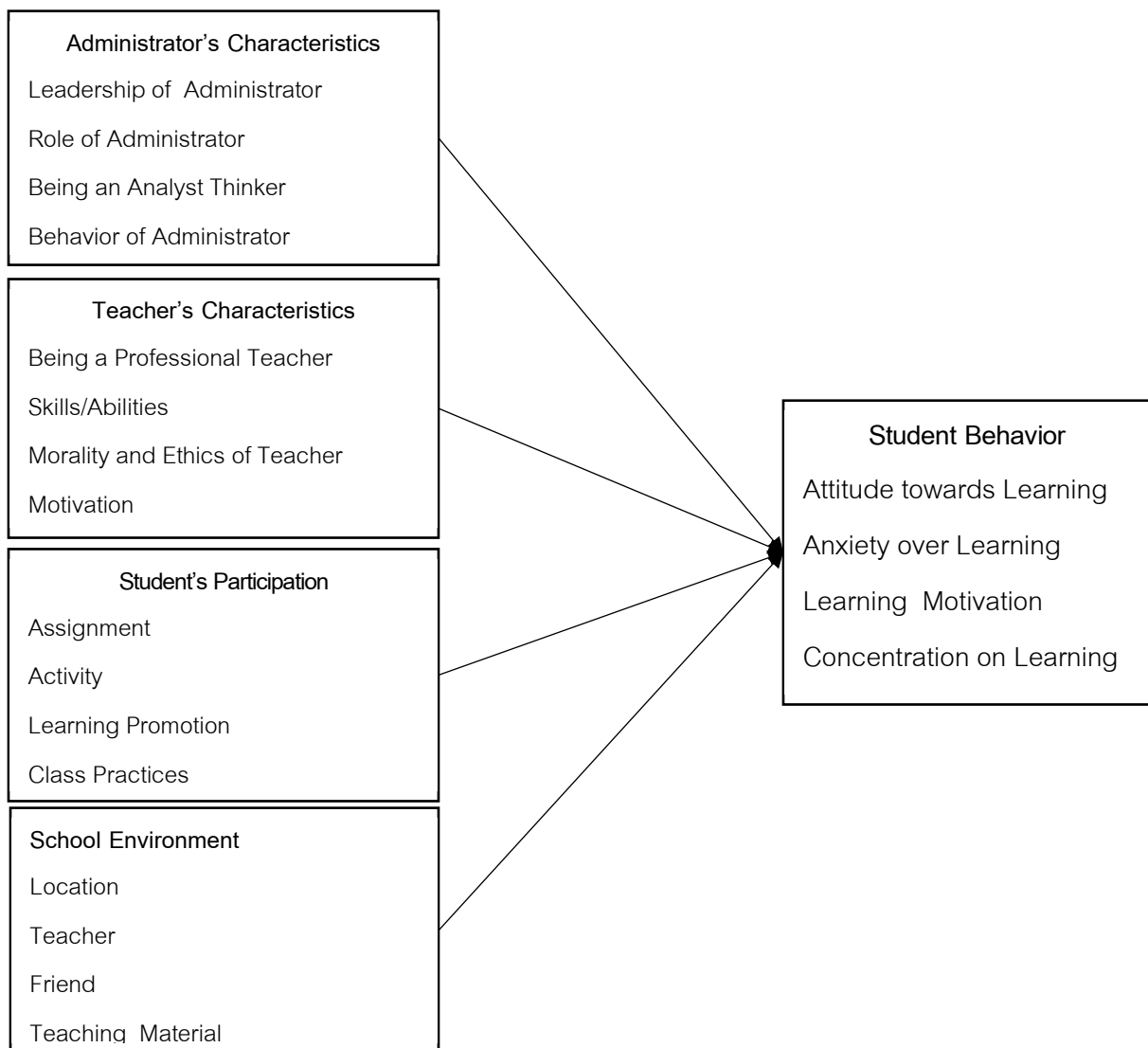


Figure 1 Conceptual Framework

Research Methodology

1) The Population was the Director of the School, the Deputy Director of Administrative Affairs, the Deputy Director of Planning and Quality Assurance, the Deputy Director of Student Affairs, the Deputy Director of Academic Affairs and Teachers of Demonstration School in Bangkok, which consisted of 431 persons.

2) Sampling

The samples were the Director of the School, the Deputy Director of Administrative Affairs, the Deputy Director of Planning and Quality Assurance, the Deputy Director of Student Affairs, the Deputy Director of Academic Affairs and Teachers of Demonstration School in Bangkok. The sample size was identified by using the Yamanae formula (Yamanae, 1973) as follows.

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

n means the Sample size

N means the Population size

e means the acceptable sampling error

Thus,

$$n = \frac{431}{1+(431)(0.05)^2}$$

$$n = 207$$

From identifying the sample size, the researcher has adjusted to be at 400 persons. Therefore, the sample size of this research is equal to 400 persons and the proportional stratified random sampling were used to select the sample as shown in Table 1.

Table 1 Identifying the proportion of population

Rajabhat University Demonstration School in Bangkok	Number of Population (Person)	Proportion of Population (Percentage)	Sample Size (Person)
Suan Sunandha Rajabhat University Demonstration School	116	26.19	105
Chandrakasem Rajabhat University Demonstration School	144	32.51	130
Phranakhon Rajabhat University Demonstration School	28	6.32	25
Bansomdejchaopraya Rajabhat University Demonstration School	34	7.67	31
Suan Dusit Rajabhat University Demonstration School	121	27.31	109
Total	431	100	400

3) The research tool used for data collection in this quantitative research was a questionnaire. The researcher developed a questionnaire to collect the data with the first section on general personal information, the second section on student's participation, the third section on school environment, the fourth section on teacher's characteristics, the fifth section on administrator's characteristics, and the sixth section on student behavior.

Procedure of Developing a Quantitative Research Tool

For the research tool used for data collection in this quantitative research, the researcher used a questionnaire and found the validity of the research tool as follows.

1) Study the conceptual framework of the research to determine questions in the research tool.

2) Develop a research tool covering all points of study.

3) Bring the questionnaire to the advisor to examine the appropriateness of content, language usage, coverage, and the congruence to variable definitions and modify it according to the advice of the research advisor.

4) Bring the questionnaire from the previous step to 5 experts to examine the content validity. The experts examined whether or not the research tool can measure variables the researcher wanted to study with the consideration of variable definitions, scope, and content to be measured through the examination of content validation by selecting the question that has the Index of Item-Objective Congruence: IOC. The criteria in selecting the question were the question that has the IOC value from 0.51 - 1.00. From examining the content validity, the value was 0.67 - 1.00.

5) Bring the questionnaire from the fourth step to try out with the population who is not the sample, a total of 30 persons, to analyze the reliability of the research tool which is to measure the internal consistency by calculating the Cronbach's alpha coefficient. This method is called the calculation of the Alpha Coefficient. The coefficient value of the research tool is expected to be at least 0.7 (Naiyapatana, 2008) to indicate adequate internal consistency of a given questionnaire. The Alpha coefficient value was found to be at 0.958.

4) Data Analysis

4.1) Descriptive statistics analyzed Frequency, Percentage, Mean, and Standard Deviation (S.D.).

4.2) Data analysis using the Inferential Statistics were the Pearson's Product Moment Correlation Coefficient and the Enter Multiple Regression Analysis.

Results

Personal Information of the Respondents

On the gender factor, the majority are female with a total of 292 persons or at 73.00% and are male with a total of 108 persons or at 27.00%. On the age factor, most of them are aged between 30-40 with 38.50% of 154 persons followed by between 41-50 with 32.00% or 128 persons and less than 30 with 13.25% or 53 persons. On the education level factor, most of the respondents had a bachelor's degree with a total of 199 persons or at 49.75% followed by higher than bachelor's degree with a total of 195 persons or at 48.75% and lower than bachelor's degree with a total of 6 persons or at 1.50%. On the work experience factor, the majority had work experience between 5-10 years at 40.00% or 160 persons followed by above 20 years at 21.75% or 87 persons and between 11-15 years at 19.25% or 77 persons. On the position factor, most of them had the position of a demonstration school teacher at 80.75% or 323 persons followed by others at 8.00% or 32 persons and the Deputy Director of Administrative Affairs at 5.00% or 20 persons.

The result of the study on the level of student behavior of demonstration school students in Bangkok.

Factor of Administrator's Characteristics

Table 2 Mean and Standard Deviation of Opinion on Administrator's Characteristics

Message	Mean	SD	Meaning
Leadership of Administrator			
1. Has an administration that clearly follows the roles and manage resources in the educational institution to the maximum benefits.	4.53	0.69	Highest
2. Be a good compromise when problems or conflicts arise. Provide opportunities for teachers to meet as needed with respect and trust on teachers.	4.65	0.60	Highest
3. Has the art in dominating people's mind, has a generous mind, and always helps subordinates	4.53	0.64	Highest
Total Average	4.63	0.66	Highest
Role of Administrator			

Message	Mean	SD	Meaning
4. Administrator is the one who determine policies and operational guidelines of the educational institution to follow the aim of the institution.	4.59	0.64	Highest
5. Administrator is a leader in various fields of the educational institutions and is influential that motivates others to conform.	4.53	0.73	Highest
6. Administrator is the one who determines the administrative structure in the educational institutions.	4.57	0.69	Highest
Total Average	4.65	0.65	Highest
Being an Analyst Thinker			
7. Administrator is interested in the ideas expressed by teachers and personnel.	4.60	0.66	Highest
8. Administrator must use information and idea in decision making.	4.57	0.70	Highest
9. Administrator must consider both short and long-term impact on school and student.	4.68	0.64	Highest
Total Average	4.67	0.62	Highest
Behavior of Administrator			
10. Administrator must show strong commitment and dedication to encourage teacher and student to commit to their work.	4.69	0.66	Highest
11. Administrator must constantly learn.	4.77	0.53	Highest
12. Administrator must be an entrepreneur with creativity and innovation and has the ability in thinking outside the box.	4.78	0.52	Highest
Total Average	4.78	0.52	Highest

From Table 2, it indicates that the Mean and Standard Deviation of Opinion on Administrator's Characteristics in 4 factors are at the highest level. Considering each of the factor, it was found that the Behavior of Administrator has the opinion at the highest level (mean=4.78) followed by Being the Analyst Thinker (mean=4.67) and the Role of the Administrator (mean=4.65) accordingly.

Factor of Teacher's Characteristics

Table 3 Mean and Standard Deviation of Opinion on Teacher's Characteristics

Message	Mean	SD	Meaning
Being a Professional Teacher			
1. Has five ideologies of teacher: Full of knowledge, full of willingness, full time, full person and full energy.	4.87	0.38	Highest
2. Has characteristics of being a good teacher including good personality, leadership, knowledge, creativity, self-confidence, good teaching and governance, well-behaved and good human relations.	4.80	0.40	Highest
3. Has morality in working.	4.83	0.44	Highest
Total Average	4.93	0.26	Highest
Skills/Abilities			
4. Use a variety of teaching techniques and methods to facilitate learning.	4.82	0.39	Highest
5. Encourage students to analyze, criticize, synthesize problems and systematically solve problem.	4.79	0.41	Highest
6. Able to solve problems while teaching very well.	4.80	0.40	Highest
Total Average	4.88	0.33	Highest
Morality and Ethics of Teacher			
7. Has patience and tolerance towards student behavior.	4.83	0.44	Highest
8. Provide assistance to students and colleagues.	4.80	0.46	Highest
9. Treat students appropriately and equally.	4.79	0.57	Highest
Total Average	4.87	0.33	Highest
Motivation			
10. Has motivation in working towards the objectives.	4.87	0.38	Highest
11. Has motivation in working for recognition of ability to perform the job.	4.83	0.44	Highest
12. Has motivation in working because of the satisfaction with the nature of the work performed.	4.81	0.45	Highest
Total Average	4.88	0.36	Highest

From Table 3, it indicates that the Mean and Standard Deviation of Opinion on Teacher's Characteristics in 4 factors are at the highest level. Considering each of the factor, it was found that Being a Professional Teacher has the opinion at the highest level (mean=4.93) followed by Skills/Abilities and Motivation (mean=4.88) and the Morality and Ethics of Teacher (mean=4.87) accordingly.

Factor of Student's Participation

Table 4 Mean and Standard Deviation of Opinion on Student's Participation

Message	Mean	SD	Meaning
Assignment			
1. Student has responsibility in the given assignment	4.70	0.58	Highest
2. Student has knowledge and understanding on the given assignment	4.66	0.65	Highest
Total Average	4.74	0.57	Highest
Activity			
3. School organizes various activities for student to participate.	4.75	0.54	Highest
4. Students have opportunity to express their opinions on activity.	4.71	0.68	Highest
Total Average	4.79	0.56	Highest
Learning Promotion			
5. Has a planning and arrangement on elements of the learning experience for students.	4.77	0.56	Highest
6. Use various teaching materials to satisfy the difference between individual.	4.76	0.60	Highest
Total Average	4.79	0.58	Highest
Class Practices			
7. Student has the participation in class practices.	4.79	0.65	Highest
8. Students are encouraged to share opinions in class.	4.79	0.59	Highest
Total Average	4.82	0.62	Highest

From Table 4, it indicates that the Mean and Standard Deviation of Opinion on Student's Participation in 4 factors are at the highest level. Considering each of the factor, it was found that Class Practices has the opinion at the highest level (mean=4.82) followed by Activity and Learning Promotion (mean=4.79) and Assignment (mean=4.74) accordingly.

Factor of School Environment

Table 5 Mean and Standard Deviation of Opinion on School Environment

Message	Mean	SD	Meaning
Location			
1. Providing a school environment that is conducive to a learning that is active and meaningful.	4.76	0.69	Highest
2. Providing a school environment that has adequate light, color, visibility and brightness.	4.75	0.69	Highest
3. Providing a school environment that does not cause noise from surrounding area or outside the classroom.	4.70	0.68	Highest
Total Average	4.80	0.66	Highest
Teacher			
4. Teachers listen carefully and convey that the students' opinions are accepted.	4.71	0.70	Highest
5. Teachers do not embarrass students, especially in front of the class.	4.76	0.56	Highest
6. Teachers encourage students to express their opinions and ask questions in the classroom.	4.76	0.62	Highest
Total Average	4.80	0.59	Highest
Friend			
7. Students help and support each other fellow students.	4.71	0.64	Highest
8. Students feel warm and fun when they get together with their fellow students.	4.78	0.60	Highest
9. Students can work in groups.	4.71	0.73	Highest
Total Average	4.80	0.60	Highest
Teaching Material			
10. Has an advanced teaching material.	4.68	0.77	Highest
11. Has sufficient teaching material to meet the needs.	4.67	0.79	Highest
12. Has teaching materials that correspond to the development of students.	4.71	0.75	Highest
Total Average	4.74	0.74	Highest

From Table 5, it indicates that the Mean and Standard Deviation of Opinion on School Environment in 4 factors are at the highest level. Considering each of the factor, it was found that

Location, Teacher, and Friend equally have the opinion at the highest level (mean=4.80) followed by the Teaching Material (mean=4.74) accordingly.

Factor of student behavior

Table 6 Mean and Standard Deviation of Opinion on student behavior

Message	Mean	SD	Meaning
Attitude towards Learning			
1. Students are happy in subjects they have to study.	4.71	0.61	Highest
2. Students think that what they learn is useful to themselves.	4.70	0.60	Highest
Total Average	4.73	0.59	Highest
Anxiety over Learning			
3. Students are anxious about academic performance.	4.43	0.96	Highest
4. Students are anxious about doing homework.	4.39	1.00	Highest
Total Average	4.43	0.96	Highest
Learning Motivation			
5. Students have clearly defined goals for learning.	4.53	0.80	Highest
6. Students always make an effort to research information for their learning.	4.64	0.72	Highest
Total Average	4.65	0.73	Highest
Concentration on Learning			
7. Students don't talk to each other during the class time, making them able to focus on the subject they are studying.	4.44	0.91	Highest
8. Students rarely use the phone during class, making them able to focus on the subject they are studying.	4.54	0.97	Highest
Total Average	4.54	0.89	Highest

From Table 6, it indicates that the Mean and Standard Deviation of Opinion on student behavior in 4 factors are at the highest level. Considering each of the factor, it was found that Attitudes towards Learning has the opinion at the highest level (mean=4.73) followed by Learning Motivation (mean=4.65) and Concentration (mean=4.54) accordingly.

The results of the study on the relation between the factor of administrator's characteristics, teacher's characteristics, student's participation, school environment and student behavior of demonstration school students in Bangkok.

Table 7 Representing the Correlation Coefficient between factor affecting student behavior of demonstration school student in Bangkok

Variables	Administrator's Characteristics	Teacher's Characteristics	Student's Participation	School Environment	student behavior
Administrator's Characteristics(X_1)	1				
Teacher's Characteristics (X_2)	0.601**	1			
Student's Participation (X_3)	0.188**	0.325**	1		
School Environment (X_4)	0.161**	0.206**	0.708**	1	
student behavior (Y)	0.138**	0.164**	0.402**	0.568**	1
Mean	4.68	4.89	4.78	4.78	4.58
SD	0.52	0.26	0.51	0.58	0.67

** $p < 0.01$

From Table 7, it indicates that factors affecting student behavior of demonstration school student in Bangkok had a significant correlation at the statistical level of 0.01. The correlation coefficient was between .138-.708. The variable with the highest correlation coefficient was the School Environment at 0.568 followed by Student's Participation at 0.402 and the Teacher's Characteristics at 0.164 accordingly.

The results of the prediction on student behavior of demonstration school students in Bangkok from the factor of administrator's characteristics, teacher's characteristics, student's participation and school environment by using the Enter multiple regression analysis.

The Researcher has analyzed on factor of administrator's characteristics, teacher's characteristics, student's participation and school environment with student behavior of demonstration school students in Bangkok in order to predict the student behavior of demonstration school students in Bangkok. The result was shown in Table 8.

Table 8 Representing the Coefficient of Enter Multiple Regression Analysis in the predicting factors affecting student behavior of demonstration school students in Bangkok

Predictor Variable	b	S.E.	Beta	t	Sig.
(Constant)	0.982	0.550		1.785	0.075
Administrator's Characteristics (X_1)	0.037	0.066	0.029	0.556	0.578
Teacher's Characteristics (X_2)	0.089	0.141	0.034	0.635	0.526
Student's Participation (X_3)	-0.020	0.079	-0.016	-0.259	0.796
School Environment (X_4)	0.646	0.067	0.567	9.666**	0.000

$R = 0.570$, $R^2 = 0.325$, Adjust $R^2 = 0.319$, $S.E._{est} = 0.55$, $F = 47.626$, ** $p < .01$

From Table 8, it was found that the predictive power of the four factors affecting student behavior of demonstration school students in Bangkok showed that there was one factor that could predict student behavior of demonstration school students in Bangkok with statistical significance of 0.01 which was the school environment factor. This variable could predict student behavior of demonstration school students in Bangkok at 32 percent and with the standard error of estimate at ± 0.55 .

The equation model was $Y = 0.982 + 0.646 X_4$

Conclusion

The study of factors affecting student behavior of demonstration school students in Bangkok shows the result from studying factor of administrator's characteristics, teacher's characteristics, student's participation, school environment and student behavior of demonstration school students in Bangkok that all factor and each aspect are overall at the highest level. Considering each factor, it was found that the factor of administrator's characteristics gave the most importance to the behavior of administrator. The factor of teacher's characteristics emphasized the most importance on being a professional teacher. The factor of student's participation gave importance to class practices. The factor of school environment equally emphasized the most importance on location, teacher, and friend. Meanwhile, the student behavior emphasized the attitude toward learning to be the most important by aiming to make students happy in the subjects they have learned and think that what they have learned are useful to themselves. This conformed to the research of Rungson Chomeya (2018) that study on student's self-directed student behavior in Mahasarakham University. It was found that the attitude

toward self-directed learning has a positive correlation with statistical significance of .05 with the behavior of self-directed learning both in each aspect and general behavior.

The result from the study of the relation between factor of administrator's characteristics, teacher's characteristics, student's participation, school environment and student behavior showed that the correlation coefficient was between .138-.708. The variable with the highest correlation coefficient was the School Environment followed by Student's Participation and the Teacher's Characteristics accordingly which may be due to students were stimulated by school environment consisting of location, teachers, and friends that attracts them wanting to come to school more. Therefore, the educational institutions focus on the management of school environment by setting up a school environment that is conducive to learning that is active and setting up adequate light, color, visibility, and brightness with no noise from surrounding area or outside the classroom. This conformed to the study of Phrakhrubaidika Monthon Khamago (Chutosri) (2019) on Environmental Influence of Contributing Learning for Development of Tertiary Students'. It was found that the school environment is a crucial element in determining the policy that will lead to practices in the educational institution which has the influence on learning and managing the education to be the most efficient. This is because the management of school environment is essential to the atmosphere and feelings of teacher, student, undergraduate and others in the university that have not so good atmosphere and environment which will make the student, undergraduate, and those who involved feeling bad toward the university. However, if the university has a good atmosphere and environment, it will make student and undergraduate willing to go to the university and make those who involved feeling good toward the university.

Considering the prediction of student behavior of demonstration school students in Bangkok, it was found that there was one factor that could predict the student behavior of demonstration school students in Bangkok which was the factor of school environment. This factor could predict the student behavior of demonstration school students in Bangkok at 32 percent. The result also conformed with the study of relation between factor which was found that the variable that has the highest correlation coefficient was the school environment. Therefore, it confirmed that the management of school environment is crucial in which the educational institution has to consider not only in setting the location, but also the teacher, friend, and teaching materials along with it. This conformed with the study of Orathai Dangweang (2017) on the

learning environment in Phothisamphanphitayakhan school Banglamung Chon Buri that the learning environment in Phothisamphanphitayakhan school both in general and each aspect were appropriate at a high level. Ranking the learning environment from the highest to the lowest, it appeared to be the learning activities followed by the social groups, the student activities, the serve students, the service to student objects, and the facilities.

References

- Brandes, D., & Ginnis, P. (1992). *The student-centred school*. Herts: Simon and Schuster.
- Chomeya, R. (2018). Student's Self-directed Learning Behavior in Mahasarakham University. *Journal of Education, Mahasarakham University*, (12)3. 309-317.
- Dangweang, O. (2017). *A Study of Learning Environment in Phonthisamphanphitayakhan School Banglamung Chon buri*. Faculty of Education Burapha University.
- David D. Marsh. (2000) *The Jossey – Bass Reader on Educational Leadership* (New York: John Wiley & Sons, 2000), 136-143.
- Dora Heacker Marmon. (2002). *Core Competencies of Professional Service Providers in Federally Funded Education Programs*” (Ph.D. Dissertation, The University of Tennessee, United States – Tennessee, 2002), 138.
- Gary Lee Eith. (2002). *Visions, roles and competencies of the 21” century community college continuing education department head*. (Ed.D. dissertation, Columbia University Teachers College.
- Lindgren, R., Henfridsson, O., & Schultze, U. (2014). Design principles for competence management systems: a synthesis of an action research study. *MIS Quarterly*, 28 (3), 435-472.
- Ministry of Education. (2017). *The National Education Plan B.E. 2560-2574 (2017-2031)*. Bangkok: Prikwarn Graphic Co., Ltd.
- Naiyapatana, O. (2008). *Quantitative and Qualitative Research Methodologies in Behavioral and Social Sciences*. (3 ed.). Bangkok: 3 LADA.
- Phetsombat, P., & Phetsute, A. (2021). The Learning Behavior of Students at Rajamangala University of Technology Thanyaburi. *The Journal of Research and Academics*, 4(4) (October-December 2021). 235-244.

- Phrakhrubaidika Monthon Khamago (Chutosri). (2019). Environmental Influence of Contributing Learning for Development of Tertiary Students'. Journal of Yanasangvorn Research Institute, 10(1) (January – June 2019). Mahachulalongkornrajavidyalaya University NakhonSawan Campus.
- Tongluea, S., Boonsong, K. (2016). Characteristics and Administrative Behaviors of School Administrators Affecting Culture Quality of Schools under Phetchaburi Primary Educational Service Area Office 2. Veridian E-Journal, Silpakorn University. Humanities, Social Sciences and Arts. 9(3)/ 1055-1068.
- Sullivan. (2014). The Core Competency: a systems approach to quantum improvement and global success. New York: McGraw-hill.
- Waeochan, N. (2017). Interior Architectural Student's Learning Behavior: Case Study of the KMITL's Interior Architecture Curriculum. Arch Journal Issue., 25. 107-123.
- Yamanae. (1973). Statistics: An Introductory Analysis. Third Edition. New York: Harper and Row Publication.
- Yodsaleee, C., Boonsong, K. (2016). Factors Affecting Learning Achievement of Students in Schools under Prachuap Khiri Khan Primary Educational Service Area Office 2. Veridian E-Journal, Silpakorn University,9(1), 1208-1221.

Factors Affecting to Success of Coffee Shop

Somsak Rungrojudomphol

Abstract

This research aims to: study on opinions towards strategic management for success of coffee shop business; study on relationship between factors on nature of coffee shop business, management, strategies for building competitive advantages, marketing strategy and success of coffee shop business; and predict success of coffee shop business. The sample group consisted of 400 managers, assistant managers, and supervisors from 5 brands including Cafe Amazon, Starbucks, Inthanin, RABIKA COFFEE, and DOI CHAANG Caffe. Research tool was 5-point rating scale questionnaire. Statistics used for data analysis were mean, Standard Deviation (SD), Pearson's product moment correlation coefficient, and multiple regression analysis.

The results revealed that: 1) Opinions towards strategic management for success of coffee shop business were in high level up to the highest level; 2) Relationship between factors on nature of coffee shop business, management, strategies for building competitive advantages, marketing strategy and success of coffee shop business had correlation coefficient ranged from .086-.640 and variable with the highest correlation coefficient was marketing strategy; and 3) predict success of coffee shop business revealed that there were 2 factors that could predict success of coffee shop business with statistical significance at 0.01, i.e., strategies for building competitive advantages and marketing strategy that could predict success of personnel management by 22%.

Keyword : success, coffee shop, Factors

Introduction

The way of life of urban people is more hastened due to increase of urban populations caused by relocation from provincial areas to urban areas. Increased congestion and road transport, especially in the morning when everyone is in a hurry for working, causing ignorance against proper breakfast. Most people preferred buying coffee or street food as breakfast in order to reach their destination on time. Consequently, coffee, especially freshly brewed coffee, has been highly preferred breakfast (Kasikom Research Center, 2019). In addition, consumption of coffee due to COVID-19 crisis in 2020 also increased the growth of coffee market by 10.7%. Moreover, coffee producers also adjusted themselves to deal with new trends making consumers to reduce frequency of buying coffee when going out to be making coffee at home (Nestle (Thai) Company Limited, 2020)

From the above data, coffee shop business has grown rapidly referring that Thai coffee industry still has opportunities and potential to grow further. Importantly, government and private sectors have also cooperated

to develop Thai coffee industry on quality and quantity from upstream to downstream as well as drive Thai coffee industry as new economic crop. Premium freshly brewed coffee shop business is considered as the business with consecutive growth and expansion to economic districts, big cities, and tourist attractions in order to support various demands of customers of coffee shops (Witsanu Sasitornwon and Penjira Kanthawong, 2013)

According to popularity of coffee shops, coffee shops have been developed continuously until this business becomes premium freshly brewed coffee shop business with decoration and formats that are adjusted to be consistent with fashion and behaviors of consumers at present time. There are many styles of freshly brewed coffee shops based on locations and target groups. Moreover, Thai people also increasingly turn to prefer using coffee shops with unique, luxurious, and attractive decoration and pleasant atmosphere as their meeting points, it is necessary for current coffee shop entrepreneurs to adjust their styles and nature of coffee shop business to meet with behaviors of current consumers including products and services presentation that must be creative with new ideas that are more outstanding than those of competitors in the same industry. Entrepreneurs are required to be meticulous on styles and nature of coffee shop business by adding more quality and efficiency through business planning and management regarding sizing and modeling of coffee shop business, human resource management, financial management, production management, marketing management, and understanding on behaviors of current consumers. Consequently, they will be able to apply the strategies for building competitive advantages to operate their businesses while stimulating and attracting consumers in higher level than that of competitors in the same business field.

From studying on researches related to coffee shop business operation, it was found that there were many researches aiming to study on marketing strategy specifically as found in the researches conducted by Ratchanok Pattanakulkamjorn and Sumalee Sawang (2021), Kullathida Kaosampan and Parasee Anake (2018), Ekayuth Pamomkul (2015), Kamolrat Rojerueangrat (2007), Chananya Srilalita (2008), Shih et al. (2008), and Bantiwalu (2012), or researches on coffee shop business management as found in the researches conducted by Suthee Sermcheep (2016), Wanwirit Jaengploy (2015); and Jervis, Lopetcharat and Drake (2012). However, there was a lack of researches on strategies affecting to success of coffee shop business. Since the large number of coffee shops is currently opened, it is difficult to make this business successful and survive. As a result, the studied on data and collected possible factors affecting to success of coffee shop business in this research including nature of coffee shop business, management, strategies for building competitive advantages, and marketing strategies.

From the above information, the research was interested in studying on causal factors affecting to success of coffee shop with the aim to: study on opinions towards strategic management for success of coffee shop business; study on relationship between factors on nature of coffee shop business, management,

strategies for building competitive advantages, marketing strategy, and success of coffee shop business; and predict success of coffee shop business.

Objectives

1. To study on opinions towards strategic management for success of coffee shop business.
2. To study on relationship between factors on nature of coffee shop business, management, strategies for building competitive advantages, marketing strategy, and success of coffee shop business.
3. To predict success of coffee shop business.

Research Framework

For this research on causal factors affecting to success of coffee shop, the studies reviewed related concepts, theories, and researches before concluding as research framework as shown in Figure

1.

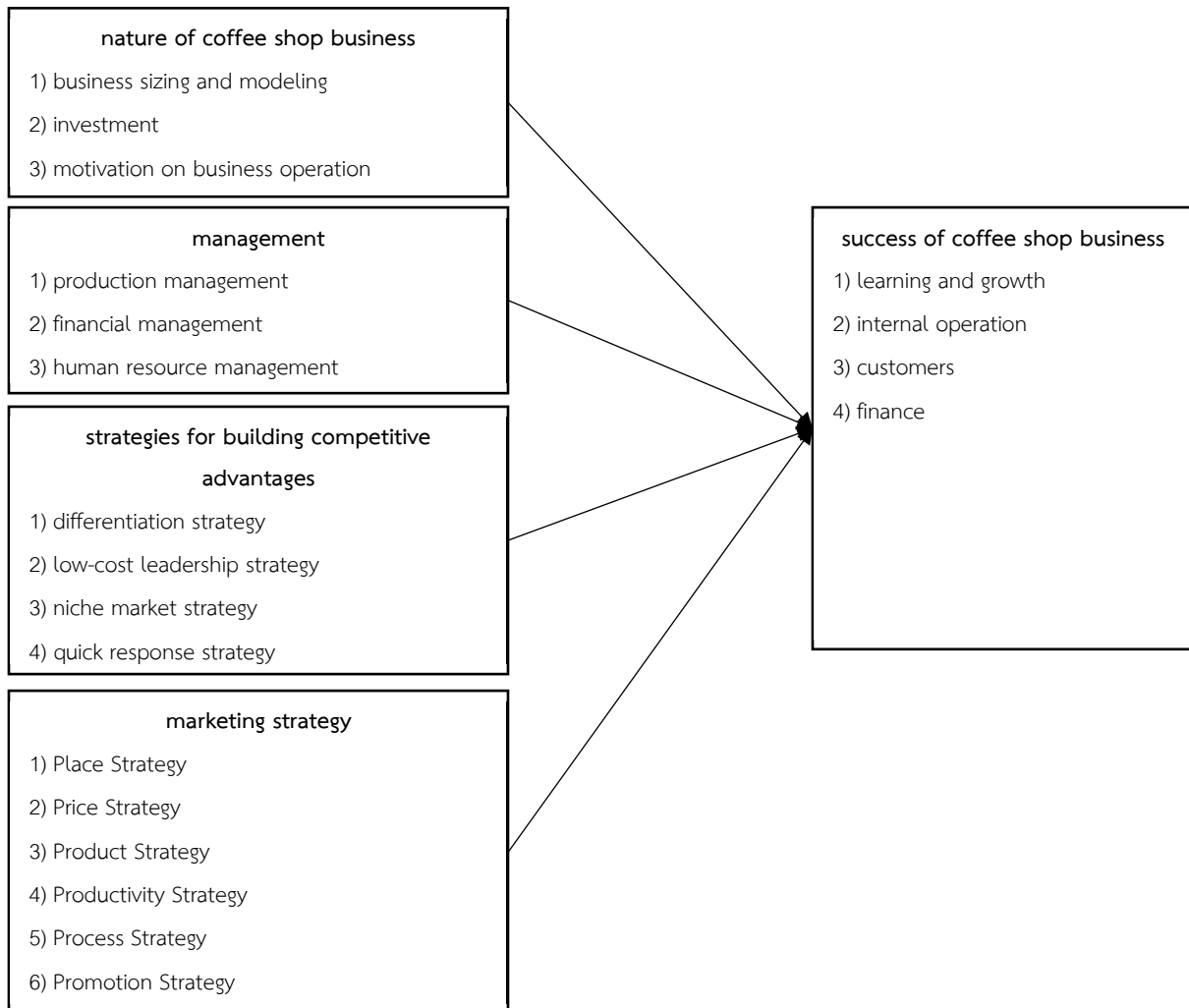


Figure 1 Conceptual framework of the research

Methodology

1) Populations were personnel of coffee shops consisted of managers, assistant managers, and supervisors from 5 brands classified by marketing shares of coffee shop business as follows: large marketing share including Cafe Amazon; moderate marketing share including Starbucks, Inthanin; and small marketing share including RABIKA COFFEE, DOI CHAANG Caffe.

2) Sampling

The sample group consisted of managers, assistant managers, and supervisors from 5 brands. Sample size was determined by using W.G. Cochran's method and Confidence Interval was determined as 95% with errors of 5% (Kalaya Wanitbancha, 2006).

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

n means calculated sample size., P means populations sampled by the studies at 0.50, and Z means Confidence Interval determined by the studies, i.e., Z was 1.96 at 95% Confidence Interval (0.05 level)

Representing:

$$n = \frac{(0.05)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} \quad n = 384.16$$

From sample sizing, the studies adjusted sample size to be 400 persons by nonprobability sampling and purposive sampling. The sample group had experiences on and worked in coffee shops.

Table 1: Sample Size

coffee shops	Sample Size (Person)		
	managers	assistant managers	supervisors
Cafe Amazon	30	30	40
Starbucks	25	25	25
Inthanin	25	25	25
RABIKA COFFEE	25	25	25
DOI CHAANG Caffe	25	25	25
Total	130	130	140

3) Research tool used for collecting data was questionnaire with the following details: Checklist in Part 1: General information of respondents including questions on gender, age, educational level, and operational duration. Likert Scale's questionnaire in Part 2-7 with the following details: Part 2: Questionnaire on Behaviors of Consumers consisted of taste, income, and characteristics., Part 3:

Questionnaire on nature of coffee shop business including investment, motivation on business operation, business sizing and modeling., Part 4: Questionnaire on management including production management, financial management, and human resource management., Part 5: Questionnaire on strategies for building competitive advantages including differentiation strategy, low-cost leadership strategy, niche market strategy, and quick response strategy., Part 6: Questionnaire on marketing strategy including Place Strategy, Price Strategy, Product Strategy, Productivity Strategy, Process Strategy, and Promotion Strategy., and Part 7: Questionnaire on success of coffee shop business including learning and growth, internal operation customers, and finance

Procedures of Research Tool Quality Test were as follows:

1. Content Validity Test was conducted by submitting created questionnaires to 3 experts for checking consistency of questions with objections, research framework, and definition of operating terms of variables used in this research created by using Theoretical Framework for improving questions. Subsequently, IOC (Item of Objective Congruence Index) between questions and objectives was calculated whereas IOC among questions was 0.5 and more.

2. Reliability Test was conducted to check errors of created questionnaire for correcting before collecting actual data. Alpha Coefficient (α) based on Cronbach's method (Cronbach, 1990) was used whereas questionnaires were tried out with the sample group that was not the actual sample group from 30 businesses. Obtained data were analyzed to find reliability of every part of questionnaire whereas Alpha Coefficient of all variables from 0.70 and over therefore it could be considered as questionnaire was acceptable and reliable (Hair et al., 2010).

4) Data Analysis 4.1) Descriptive statistics analyzed Frequency, Percentage, Mean, and Standard Deviation (S.D.). and 4.2) Data analysis using inferential statistics included Pearson's product moment correlation coefficient and Enter multiple regression analysis.

Results

Personal Information of Respondents

Most samples responding to questionnaires of this research were females with the number of 346 persons calculated to be 86.50% and males with the number of 54 persons calculated to be 13.50%. For age, most respondents were aged from 30-40 years with the number of 213 persons calculated to be 53.25% followed by 41-50 years with the number of 79 persons calculated to be 19.75%, and below 30 years with the number of 57 persons calculated to be 14.25%. For education level, most respondents had educational level lower than Bachelor Degree with the number of 190 persons calculated to be 47.50%

followed by Bachelor Degree with the number of 169 persons calculated to be 42.25% and higher than Bachelor Degree with the number of 41 persons calculated to be 10.25%. For work experience, most respondents had work experience of 5 years minimally with the number of 207 persons calculated to be 51.75% followed by 5-10 years with the number of 84 persons calculated to be 21.00% and 11-15 years with the number of 70 persons calculated to be 17.50%. For position, most of them hold other positions with the number of 192 persons calculated to be 48.00% followed by Assistant Manager with the number of 111 persons calculated to be 27.75% and Assistant Manager with the number of 84 persons calculated to be 21.00%

Results of Opinions towards Strategic Management for Success of Coffee Shop Business
Factor on Nature of Coffee Shop Business

Table 2: Mean and Standard Deviation of Opinions towards Nature of Coffee Shop Business

nature of coffee shop business	Mean	SD	No.	Meaning
motivation on business operation				
1. Entrepreneurs demanded to have supplementary jobs for earning extra income or profits from business operation for their families	4.56	0.76	1	highest
2. Entrepreneurs were interested and fond of freshly brewed coffee shops	4.39	0.98	2	highest
average total	4.48	0.87		highest
investment				
3. Business's management was flexible	4.12	0.79	1	high
4. It must be business with proper investment	3.91	0.76	2	high
average total	4.02	0.78		high
business sizing and modeling				
5. Coffee shop business is considered as small business	3.81	0.77	2	high
6. Most coffee shops were opened in community areas or urban areas	4.22	0.83	1	highest
average total	4.02	0.80		high

From Table 2, it was found that mean and Standard Deviation of opinions towards nature of coffee shop business on 3 dimensions were in high level up to the highest level. When considering on each dimension, it was found that opinion towards motivation on business operation was in the highest level with mean of 4.48 followed by investment, business sizing and modeling with mean of 4.02, respectively.

Factor on Management

Table 2: Mean and Standard Deviation of Opinions towards Management

Management	Mean	SD	No.	Meaning
human resource management				
1. Personnel were developed by supporting, promoting, and improving personnel to have appropriate knowledge, skills, and abilities of their positions	3.64	1.02	1	high
2. Personnel were motivated to be enthusiastic with devotion and motivation to works	3.50	1.35	2	high
3. All operations were performed to make personnel to be satisfied with working by providing good internal communication	3.50	1.33	2	high
average total	3.55	1.23		high
financial management				
4. Necessity on capitals spending for benefits of business operation must be defined or classified	3.51	1.16	2	high
5. Internal financial resources were allocated to be appropriate with the highest efficiency	3.46	1.22	3	high
6. Financial information storage was emphasized systematically and efficiently	3.87	1.20	1	high
average total	3.61	1.19		high
production management				
7. Resources were used for improving production process and services with more rapid production while reducing more costs	3.63	1.34	2	high
8. There were sources of clients with readiness on local labors, materials supply, expenses from costs, and distribution of services and products for supporting more quality production and services with more rapid delivery and reduction of costs	3.58	1.39	3	high
9. There must be appropriate production process by applying technologies for rapidity of production process and quality control of production factors	3.70	1.25	1	high
average total	3.64	1.33		high

From Table 3, it was found that mean and Standard Deviation of opinions towards management on 3 dimensions were in high level. When considering on each dimension, it was found that production management was in the highest level with mean of 3.64 followed by financial management with mean of 3.61 and human resource management with mean of 3.55, respectively.

Factor on Strategies for Building Competitive Advantages

Table 3: Mean and Standard Deviation of Opinions towards Strategies for Building Competitive Advantages

strategies for building competitive advantages	Mean	SD	No.	Meaning
differentiation strategy				
1. Value of products and services must be added by considering on demands of all groups of consumers in order to respond to various demands of consumers that were different from former ones	3.99	1.05	1	high
2. New technologies should be applied to be different from competitors	3.69	1.23	2	high
3. Image of coffee shop business should be built differently and distinctively from competitors	3.65	1.35	3	high
average total	3.78	1.21		high
low-cost leadership strategy				
4. Network should be built to exchange, learn, and share experiences among entrepreneurs for cost saving	3.53	1.33	2	high
5. Entrepreneurs should know various sources of raw materials for operating business as well as be able to purchase raw materials from sources directly helping to reduce costs of raw materials	3.83	1.23	1	high
6. Coffee shops should be advertised via online media in order to help to save promotional costs	3.50	1.44	3	high
average total	3.62	1.33		high
niche market strategy				
7. Coffee products should be presented to consumers, especially consumers group that preferred coffee drink products that were different from general coffee menus	3.71	1.18	2	high
8. All menus in coffee science should be presented and those menus must meet with demands of consumers	3.87	1.23	1	high
9. Opinions should be surveyed from the consumer group requiring novelty of coffee with knowledge on coffee drinking	3.70	1.28	3	high
average total	3.76	1.23		high
quick response strategy				

strategies for building competitive advantages	Mean	SD	No.	Meaning
10. Employees' potential, competence, conditions, limitations, and feasibility to respond to demands of consumers in limited time for receiving products of consumers should be analyzed	3.81	1.22	3	high
11. In the event that coffee quality failed to meet with standards, coffee quality must be developed and improved as soon as possible in order to avoid unreliability of consumers in coffee quality	4.27	1.02	1	highest
12. Entrepreneurs should develop new products to meet with time and more demands of consumers	3.90	1.32	2	high
average total	3.99	1.19		high

From Table 3, it was found that mean and Standard Deviation of opinions towards strategies for building competitive advantages on 4 dimensions were in high level. When considering on each dimension, it was found that opinion towards rapid response was in the highest level with mean of 3.99 followed by differentiation with mean of 3.78 and niche market with mean of 3.76, respectively.

Factor on Marketing Strategy

Table 4: Mean and Standard Deviation of Opinion on Marketing Strategy

Marketing Strategy	Mean	SD	No.	Meaning
Product Strategy				
1. Quality of coffee seeds used as main raw materials	4.55	0.86	1	highest
2. Sources of raw materials	4.08	1.23	2	high
3. Variety of provided products	4.05	1.20	3	high
average total	4.23	1.10		highest
Price Strategy				
4. Appropriate price with provided quality	4.41	0.94	2	highest
5. Appropriate price compared with other brands	4.33	1.23	3	highest
6. Clear Price Tag	4.55	0.95	1	highest
average total	4.43	1.04		highest
Place Strategy				
7. Readiness of service place	4.38	0.97	2	highest
8. Convenient location	4.41	0.84	1	highest
9. Service hours	4.25	0.89	3	highest

Marketing Strategy	Mean	SD	No.	Meaning
average total	4.35	0.90		highest
Promotion Strategy				
10. Discounts	3.71	1.46	3	high
11. Attractive advertises	3.87	1.50	2	high
12. Special activities for festivals	4.02	1.52	1	high
average total	3.87	1.49		high
Process Strategy				
13. Rapidness of services	4.35	0.85	3	highest
14. Standard production and service procedures	4.51	0.85	1	highest
15. Implementation of technologies in production and service process	4.39	0.91	2	highest
average total	4.42	0.87		highest
Productivity Strategy				
16. Being recognized brand	4.32	1.06	3	highest
17. Standard service quality	4.34	1.04	2	highest
18. Product quality meets with consumers' preference	4.46	1.00	1	highest
average total	4.37	1.03		highest

From Table 4, it was found that mean and Standard Deviation of opinion towards marketing strategy on 6 dimensions was in high level up to the highest level. When considering on each dimension, it was found that opinion towards price was in the highest level with mean of 4.443 followed by process with mean of 4.42 and productivity with mean of 4.37, respectively.

Success of Coffee Shop Business

Table 5: Mean and Standard Deviation of Opinions towards Success of Coffee Shop Business

success of coffee shop business	Mean	SD	No.	Meaning
finance				
1. Success of coffee shop business could be measured based on increase of income	4.25	1.21	1	highest
2. Success of coffee shop business could be measured based on reduction of costs	3.91	1.54	3	high
3. Success of coffee shop business could be measured based on increase of effectiveness of utilization of assets for the ultimate benefit	4.15	1.25	2	high
average total	4.10	1.33		high
customers				

4. Success of coffee shop business could be measured based on increase of new customers	4.16	1.22	3	high
5. Success of coffee shop business could be measured based on satisfaction of customers	4.50	1.00	1	highest
6. Success of coffee shop business could be measured based on customer retention	4.45	0.94	2	highest
average total	4.37	1.05		highest
internal operation				highest
7. Success of coffee shop business could be measured based on productivity or efficiency and effectiveness of organizations	4.36	1.14	2	highest
8. Success of coffee shop business could be measured based on procedures of efficient production process	4.43	1.16	1	highest
9. Success of coffee shop business could be measured based on yield ratio of production	4.35	1.14	3	highest
average total	4.38	1.15		highest
learning and growth				
10. Success of coffee shop business could be measured based on capability of business to create new products or services	4.43	0.94	1	highest
11. Success of coffee shop business could be measured based on value adding to products or services	4.43	0.95	1	highest
12. Success of coffee shop business could be measured based on capability of business to find new markets or increase new customers for business	4.37	1.01	2	highest
average total	4.41	0.97		highest

From Table 5, it was found that mean and Standard Deviation of opinions towards success of coffee shop business on 3 dimensions were in high level up to the highest level. When considering on each dimension, it was found that opinion towards learning and growth was in the highest level with mean of 4.38 followed by internal operation with mean of 4.38 and customers with mean of 4.37, respectively.

Results on Relationship between Factors on Nature of Coffee Shop Business, Management, Strategies for Building Competitive Advantages, Marketing Strategy, and Success of Coffee Shop Business

Table 7: Correlation Coefficient among Factors Affecting to Success of Coffee Shop Business

Factors	nature of coffee shop business	management	strategies for building competitive advantages	marketing strategy	Success of Coffee Shop Business
nature of coffee shop business (X_1)	1				
Management (X_2)	.127*	1			
strategies for building competitive advantages (X_3)	.093	.640**	1		
marketing strategy (X_4)	.195**	.348**	.497**	1	
Success of Coffee Shop Business (Y)	.096	.086	.092	.460**	1
Mean	4.31	3.66	3.82	4.38	4.39
SD	0.56	1.30	1.16	0.72	1.03

** $p < 0.01$

Table 7 represented that factors affecting to success of coffee shop business had relationship with one another with statistical significance at 0.01 with correlation coefficient ranged from .086-.640. Variable with the highest level of correlation coefficient was marketing strategy at 0.460.

Results of Prediction on Success of Coffee Shop Business from factors on nature of coffee shop business, management, strategies for building competitive advantages, marketing strategy, by using multiple regression analysis

The studies analyzed factors on nature of coffee shop business, management, strategies for building competitive advantages, marketing strategy, and success of coffee shop business for predicting success of coffee shop business. The analysis results were shown in Table 8.

Table 8: Multiple Regression Analysis for Predicting Factors Affecting to Success of Coffee Shop Business

ตัวแปรทำนาย	b	S.E.	Beta	t	Sig.
(Constant)	1.547	.409		3.785	.000
nature of coffee shop business (X_1)	.009	.083	.005	.104	.917
Management (X_2)	.014	.045	.018	.307	.759
strategies for building competitive advantages (X_3)	-.171	.055	-.192	-3.104	.002
marketing strategy (X_4)	.778	.073	.548	10.653	.000

$R = 0.486$, $R^2 = 0.236$, Adjust $R^2 = 0.229$, $S.E._{est} = 0.90$, $F = 30.563$, ** $p < .01$

From Table 8, it was found that there were 2 factors of 4 factors affecting to success of coffee shop business had predictive power to predict success of coffee shop business with statistical significance at 0.01, i.e., strategies for building competitive advantages and marketing strategy. These 2 factors could predict success of coffee shop business as 22% with Standard Deviation of prediction as ± 0.90 .

Conclusion

This research on causal factors affecting to success of coffee shop business revealed that factors on nature of coffee shop business, management, strategies for building competitive advantages, and marketing strategy were in high level up to the highest level in overall and on each dimension. When considering on each factor, it was found that factor on nature of coffee shop business emphasized on motivation on business operation in the highest level. For factor on management, it emphasized on production management. For factor on strategies for building competitive advantages, it emphasized on rapid response. For factor on marketing strategy, it emphasized on price. For success of coffee shop business, it emphasized on learning and growth.

Results of the study on relationship between factors on nature of coffee shop business, management, strategies for building competitive advantages, marketing strategy, and success of coffee shop business revealed that correlation coefficient was ranged from .086-.640 and variable with the highest correlation coefficient was marketing strategy. These results may be caused by increase number of entrepreneurs in coffee product market. Consequently, marketing strategy was important for product, price, process, promotion, and productivity. As a result, entrepreneurs should emphasize on operations under marketing strategy with product development that was consistent with demands, price survey, and promotion, etc. This was consistent with the research conducted by Kullathida Kaosampan and Parasee Anake (2018) who studied on the Promotion Affective the Franchise Fresh-Coffee Consumption Behavior of Consumers. The results revealed that direct marketing was the tool to make consumers to use services at the coffee shops. As a result, entrepreneurs should clearly determine the target group with collection of data of consumers who were the target group for sending news and information of the business to the target group directly with capability to communicate with the target group efficiently.

When considering on prediction on success of coffee shop business, it was found that there were 2 factors that could predict success of coffee shop business with statistical significance at 0.01, i.e., strategies for building competitive advantages. This was under the same direction with the study on

relationship among factors revealing that variable with the highest correlation coefficient was marketing strategy. As a result, it could confirm that marketing strategy was highly important whereas entrepreneurs were required to consider on all dimensions. This was consistent with the research conducted by Ratchanok Pattanakulkamjorn and Sumalee Sawang (2021) who studied on Integrated Marketing Communication Strategies and Reference Group Affecting to Decision Making to Use Services of Coffee Shops in Café Style of Consumers. The results revealed that integrated marketing communication strategy affecting to decision making to use services of coffee shops in the highest level was advertising followed by promotion and direct marketing. And the research conducted by Rueanglit Chomphunoi, Chonnikan Thipkhunok, Patipat Tunming, and Nattakhan Tunming (2019) who studied on Marketing Promotion Strategies for Café De Forest, Khon Kaen Province study showed unique casual concept and taste the delicious beverages and concentrated. 7 development projects 3) 1) bakery, delicious, 2) set the selling price at the bakery and coffee shop to attract customers, 3) coffee shop and bakery, bread, 4?) to communicate with customers, business, customers, bakeries, coffee and favorite impression 5) employees costume, 6) garbage service, equal to 7) instant customer impression.

References

- Kamolrat Rojerueangrat. (2007). Factors Affecting to Coffee Drinking Behavior at Premium Coffee Shops located on Silom Road of Consumers in Working Age. Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for Master of Business Administration, Srinakarinwirot University.
- Bantiwalu. (2012). Encounter satisfaction versus overall satisfaction versus service quality. The consumer's voice. Thousand Oaks: CA: Sage.
- Chananya Srilalita. (2008) Factors Affecting to Decision Making to Use Services of Freshly Brewed Coffee Shops of Consumers in Bangkok. Phranakhon Rajabhat University: Bangkok.
- Ekayuth Pamornkul. (2015). Marketing Communication Factors of Specialty Coffee Shops and Lifestyle, Media Exposure, Service Behaviors, and Attitude of Gen Y Consumers. Master of Arts Program in Communication and Innovation. Bangkok : National Institute of Development Administration
- Hair, J.F., Black, W.C., Babin, B.J. & Anderson, R.E. (2010). Multivariate Data Analysis. (7th ed.). Pearson: New York.
- Jervis, S., Campbell, R., Wojciechowski, K. L.. Foegeding E. A., Drake, M. A., & Barbano, D. M.(2012). Effect of bleaching whey on sensory and functional properties of 80% whey proteinconcentrate. Journal of Dairy Science, 95, 2848-2862.

- Kalaya Wanitbancha (2006). Statistics for Researches (2nd Edition). Chulalongkorn University Printing House.
- Kasikorn Research Center. (2019). Coffee Shop Business in Thailand. Bangkok: Srinakarinwirot University
- Kullathida Kaosampan and Parasee Anake. (2018). The Promotion Affective the Franchise Fresh-Coffee Consumption Behavior of Consumers in Mueang District, Chiang Mai Province. Journal of Graduate Research, 9(1). 183 – 199.
- Nestle (Thai) Company Limited. (2020). For overview of Thai coffee market in 2020, the value was 60,000 million baht and there was higher number of coffee drinkers who drank coffee at home. Retrieved on November 28th, 2021, via <https://www.blrbangkok.com/news/30475/>
- Ratchanok Pattanakulkamjorn and Sumalee Sawang. (2021) .Integrated Marketing Communication Strategy and Reference Group Affecting to Decision Making to Use Services of Non-Franchise Coffee Shops in Café Style of Consumers in Nonthaburi Province.
- Rueanglit Chomphunoi, Chonnikan Thipkhunok, Patipat Tunming, and Nattakhan Tunming. (2019). Marketing Promotion Strategies for Café De Forest, Khon Kaen Province study. College of Tourism and Hospitality, Sripatum University, Khon Kaen Campus.
- Shih, T.H., Horng, J.L., Hwang, P.P., and Lin, L.Y.. Date: 2008. Source: American journal of physiology. Cell physiology 295
- Suthee Sermcheep. (2016). Strategies for Successful Business Management (A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Master of Business Administration). Chonburi University.
- Wanwirit Jaengploy. (2015) . A Study on Strategies for Building Competitive Advantages of Coffee Shop Business of SME entrepreneurs in Mueang District, Ratchaburi Province (Unpublished Master's thesis). Silapakorn University.Bangkok.
- Witsanu Sasitornwon and Penjira Kanthawong. (2013). Factor on Consistency of Self-Image and Factor on Consistency of Usage Affecting to Attitude of Consumers and Attitude of Consumers Affecting to Intention to become Repeat Customers of Coffee Products. In Academic Conference of Bangkok University, Dynamics of Creative Education for Future Sustainability. Pathumthani: Bangkok University.

MODELING VOLATILITY IN THE STOCK EXCHANGE OF THAILAND

Watcharaporn Pimpaporn¹ Adirek Vajrapatkul² Aphirak Poomklin³
Manop Seeluang⁴ and Nipaporn Rattanaphan⁵

¹Faculty of Business Administration, Krirk University, Bangkok 10220, Thailand

Email: watcharaporn.pim@staff.krirk.ac.th

²School of Economics, Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand

Email: a.vajrapatkul@gmail.com

³Faculty of Business Administration, Krirk University, Bangkok 10220, Thailand

Email: aphirak.pk@gmail.com

⁴Faculty of Business Administration, Krirk University, Bangkok 10220, Thailand

Email: Manopyellow@yahoo.com

⁵Faculty of Business Administration, Krirk University, Bangkok 10220, Thailand

Email: nimanta2010@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to examine the volatilities of stock indexes using models from the ARCH family, namely ARCH, GARCH, TARARCH, EGARCH, and PARARCH, and data from the Bank of Thailand website. Using the daily data of 951 observations from the Bank of Thailand website between August 2017 and July 2021, along with the criteria for selecting the appropriate models, it is demonstrated that the SET volatility can be explained by the ARIMA (3,1,2) PARARCH (1,1) model. Consequently, the volatility of SET is determined by previous stock market shocks, conditional variance, and the leverage effect. Government and investors are advised to be aware of historical events, particularly negative news, as it can destabilize the stock market and increase investment risk.

Keywords— Stock index, ARCH, GARCH, TARARCH, EGARCH, PARARCH

I. INTRODUCTION

The stock market is essential to the economy. It is where businesses raise the money to finance operations and expand businesses. Stock market is also where investors can make a profit by buying and selling stocks. The stock market can be used to measure the performance of a whole economy or particular sectors of it. Also, it can be used as a barometer of business activity, economy stability, and future economic growth (Ebus et al., 2018). However, the stock market is also volatile. This means that stock prices can go up and down very quickly. This can be a good thing or a bad thing. At some level with a positive trend volatility may be a sign that the economy is growing. When businesses are doing well, their stock prices tend to go up. This can attract more investors to the market, which can help the economy grow even more. However, an excessive level of volatility can be a sign that the economy is in trouble. This can lead to more investors selling their stocks, which can make the situation worse.

Volatility is simply the measure of how much the price of a stock fluctuates which imply the risk embedded in the stock (Endri et al., 2021). Stock price volatility is affected by a number of factors, including the result of company operations, the company's financial stability, the overall market conditions, investor confidence economic, news, and government policy. This volatility can affect the value of investments according to the volatility direction.

In the case of Stock market volatility, the volatility can be emerged by several reasons. One reason is that the stock market is made up of a lot of different companies. Each company has its own financial situation and its own stock price. So, when one company's stock price goes up or down, it can affect stock market volatility (Prasetyo et al., 2021). Another reason is that the stock market is affected by the overall economic conditions. Finally, the stock market is also affected by the confidence of investors (Rashid et al., 2021). If investors are confident in the stock market, they'll be more likely to buy stocks. But if they're not confident, they'll be less likely to buy stocks.

Stock market volatility can have an impact on the economy. For example, when the stock market crashes, it can cause a decrease in investors and consumer confidence (Smales, 2017), which can lead to a decrease in spending. This can in turn lead to a decrease in economic growth.

To capture the volatility or risk persist in the stock market, the analysts often use the models within the ARCH-family which have been developed since the 1980s. The models that often have been applied include the Autoregressive Conditional Heteroscedasticity (ARCH) to capture the time-varying conditional variance; a generalized ARCH model (GARCH) to capture the stochastic volatility. Over time, the GARCH type models have been developed to capture some characteristics of volatility, e.g., GARCH-M and Exponential GARCH (EGARCH) to capture the symmetric effect of past shock as well as Threshold GARCH (TGARCH) and Power GARCH (PGARCH) to capture asymmetric effects (Ahmed & Naher, 2021). The applications of these models in the empirical works by some scholars are as follows. In the previous works, the scholars used, e.g., ARCH, GARCH, EGARCH, TARCH, and PARCH to appraise nature of volatility patterns of Nikkei Index in the Tokyo stock market (Beg et al., 2020); ARCH (1,1), GARCH (1,1), TGARCH (1,1), EGARCH (1,1), APGARCH (1,1) to capture the asymmetric effects of stock indices in Indonesia capital markets (Bahtiar, 2020); GARCH, EGARCH, and TGARCH to capture the volatility and effect of bad news in the stock markets of the selected countries during the period of Covid-19 (Ganguly, 2020); ARMA (1,1), TGARCH (1,1), APARCH (1,1) and EGARCH (1,1) to capture the asymmetric effect of negative shocks or bad news and positive shocks or good news and forecast the out-of-sample volatility for the returns of Dhaka Stock Exchange (DSE) in Bangladesh (Ahmed & Naher, 2021); and ARCH (1), ARCH (2), and GARCH (1,1) model to capture the conditional variance, and GJR-GARCH (1,1) to investigate the existence of asymmetric effect from bad news and good news in return of SRI-KEHATI and LQ45 return in Indonesian capital market (Ponziani, 2022).

In the case of Thailand, the recent study that investigated the volatility of stock returns in the period of the COVID-19 pandemic by using the GARCH model found that the majority of stocks in the SET have been adversely influenced by the pandemic. Also, it was found that SET volatility

was significantly higher than the normal situation (Panyagometh, 2020). The effect of news on the volatility of SET was also investigated, and it was revealed that such news can significantly affect the volatility of SET (Chatchawan, 2021). In addition, this volatility is predicted by the World Bank to increase until 2022. (Trading Economics, 2022).

To extend the application of models within the ARCH family, which are widely used for identifying volatility, and provide investors who are concerned with stock market volatility, this study is designed to specify the models that best fit the volatility pattern of SET. To ensure that the right model is obtained, this work is organized as follows. The next section will present the concepts related to the change in the stock price. Following that, the model specification will be discussed. Then the findings will be presented.

II. LITERATURE REVIEW

Before introducing the concept that supports the methodology in this study, the basic idea of SET will be presented.

The Stock Exchange of Thailand (SET) is a composite index calculated from the prices of all common stocks, including unit trusts of property funds, on the main trading board, except for those stocks that have been suspended for more than 1 year. The SET Index is a market capitalization-weighted price index, which compares the current market value of all listed common shares with its value on the base date (April 30, 1975), which was the day when the SET Index was first established and the original index was set at 100 points.

$$\text{SET Index} = \text{Current market Value} \times 100 / \text{Base Market Value}$$

The SET Index calculation is constantly adjusted to fully reflect changes in the values and number of stocks resulting from various events, e.g., public offerings, exercised warrants, conversions of preferred to common shares, in order to eliminate all effects other than price movements from the index (BOT, 2022).

The hypothesis and theory used to support the methodology applied in this study include the efficient market hypothesis and random walks theory.

According to *the Efficient Market Hypothesis* (EMH), investors cannot obtain abnormal profits from capital market transactions. The only way for an investor to earn more money is by investing in assets with greater risk. This 1960s-proposed hypothesis is then divided into three categories of efficiency: weak, semi-strong, and strong. The weak form of EMH assumes that current asset prices incorporate all historical financial information. As a result, investors are unable to obtain abnormal profits, as prices will adhere to the random walk hypothesis, which states that abnormal returns are primarily the result of chance. The semi-strong form of EMH postulates that the prices of financial assets reflect all market information and historical data. As a result, prices fluctuate rapidly and objectively to reflect any newly released public information. The strong form of EMH assumes that prices incorporate all available information, including historical financial information, public information, and private information about a financial asset. Therefore, neither technical nor fundamental analysis can determine how an investor should allocate his capital to achieve a higher rate of return than would be obtained by investing in a random portfolio of financial assets (Titman, 2015).

In random walks theory, two hypotheses are stated. 1) Successive price changes are independent and 2) price changes follow a probability distribution. The term "independence" in the first hypothesis indicates that the probability distribution for the price change in the current and future periods is independent of the sequence of price changes in the past. In other words, the sequence of previous price changes cannot be used to assess the probability distribution for the price change in the subsequent period, and thus cannot be used to increase expected gains. This independence of successive price changes for a given security reflects an unrelated price mechanism to economic and political events. Thus, the stock price is merely the sum of numerous random bits of noise. In this context, "noise" refers to psychological and other factors that influence how individuals perceive the "intrinsic values" of stocks and their willingness to pay for them. In actuality, the intrinsic value of a given security depends on the company's earnings prospects,

which are influenced by economic and political factors. In the random-walk hypothesis, it is assumed that the existence of individual securities' intrinsic values is consistent. Thus, there is always the possibility of disagreement among individuals, and as a result, actual prices and intrinsic values can differ, indicating the uncertainty regarding intrinsic values or "market noise." In the second hypothesis, the term "distribution" indicates that price changes conform to some probability distribution. In the general theory of random walks, it is unnecessary to specify the form or shape of the distribution. Therefore, any distribution is consistent with the theory so long as it accurately describes the process causing price changes. However, the form of distribution is a major determinant of the riskiness of a stock investment. In other words, a high degree of dispersion in the distribution of price changes suggests that the process of generating new information is highly variable (Fama, 1965).

III. METHODOLOGY

This section will provide a brief overview of five models to help readers comprehend how the ARCH family model was derived for this study (Dritsaki, 2017; Santillán Salgado et al., 2019; Duru et al., 2022) using in this work. The detail of each model is as follows.

Engle proposed the Autoregressive Conditionally Heteroscedastic Model, ARCH (q), in 1982. This model is a statistical technique that describes the current error term's variance. It is appropriate when the error variance in a time series follows an AR model, and it is commonly used to model financial time series with time-varying volatility and volatility clustering. It is the first conditional autoregressive model to account for error variations with heteroscedasticity. ARCH (q) can be mathematically expressed as follows when conditional variances are expressed as a function of the squares of prior shocks:

$$h_t = \alpha_0 + \alpha_1 \varepsilon_{t-1}^2 + \alpha_2 \varepsilon_{t-2}^2 + \dots + \alpha_q \varepsilon_{t-q}^2, \quad (1)$$

where q is the number of lags. $\alpha_0 > 0$ and $\alpha_i \geq 0, i = 1, \dots, q$. This implies that the conditional variance depends on previously squared residuals and needs to be non-negative. When $\alpha_i = 0$, h_t equals a constant and under this condition, conditional variance is homoscedastic.

The Generalized Autoregressive Conditionally Heteroscedastic Model, GARCH(p, q), permits the conditional variance at time t to rely on a constant, past shocks, and past variances. The p and q in a GARCH (p, q) model denote the GARCH element and the ARCH element, respectively. The specification of the GARCH (p, q) process is as follows:

$$h_t = \alpha_0 + \sum_{j=1}^p \beta_j h_{t-j} + \sum_{i=1}^q \alpha_i \varepsilon_{t-i}^2, \quad (2)$$

Where p is the number of lags. $\beta_j \geq 0$. ε_{t-1} is an ARCH term that represents a previous shock or innovation.. h_{t-1} is a GARCH term, which represents the past forecasted conditional variance.

The Exponential Generalized Autoregressive Conditionally Heteroscedastic Model, EGARCH, controls asymmetry in financial data. Even if the estimated coefficients are negative, the logarithmic characteristics of the EGARCH model guarantee that the conditional variance is positive. The expression of the conditional variance for an EGARCH model is stated as follows:

$$\log h_t^2 = \alpha_0 + \sum_{j=1}^p \beta_j \log h_{t-j}^2 + \sum_{i=1}^q \alpha_i \left| \frac{\varepsilon_{t-i}}{h_{t-j}} \right| + \sum_{k=1}^n \gamma_i \frac{\varepsilon_{t-k}}{h_{t-k}}, \quad (3)$$

where γ_i represent leverage effect.

the Threshold Autoregressive Conditionally Heteroscedastic Model, TARARCH, uses a piecewise equation for the conditional standard deviation to permit asymmetry in the conditional variance. The TARARCH model is mathematically defined as:

$$h_t = \alpha_0 + \sum_{j=1}^p \beta_j h_{t-j} + \sum_{i=1}^q \alpha_i \varepsilon_{t-i}^2 + \sum_{k=1}^n \gamma_i \varepsilon_{t-k}^2 I_{t-k}. \quad (4)$$

where $I_t = 1$ if $\varepsilon_t < 0$ and 0 otherwise.

The Power Autoregressive Conditionally Heteroscedastic Model, PARARCH. The PARARCH model, introduced by Ding, et al. (1993), may be specified as follows:

$$h_t^\delta = \alpha_0 + \sum_{j=1}^p \beta_j h_{t-j}^\delta + \sum_{i=1}^q \alpha_i (|\varepsilon_{t-i}| - \gamma_i \varepsilon_{t-i})$$

(5)

This work obtained the 951 periods between August 2017 and July 2021 from the Bank of Thailand website in order to estimate the model.

IV. RESULTS AND DISCUSSION

Following is a presentation of the analysis's findings. Figure 1 presents the descriptive statistics for SET.

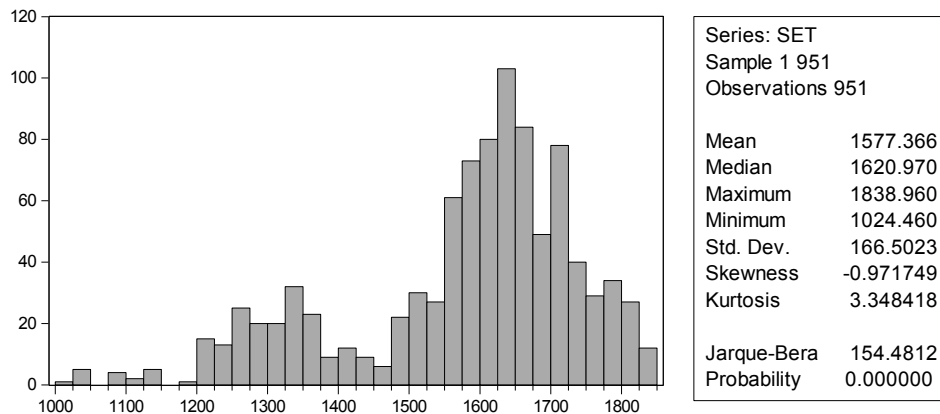


Figure 1 Descriptive Statistics

Source: Author's calculation.

The stationary of the data is tested and the results are reported in Table 1. The movements of the residuals from the ARIMA (3,1,2) model are expressed in Figure 2.

Table 1 Augmented Dickey-Fuller Unit Root Tests

	t-Statistic	Prob.*
Augmented Dickey-Fuller test statistic	-31.9931	0.0000

Test critical values:	1% level	-3.43702
	5% level	-2.86437
	10% level	-2.56833

Source: Author's calculation

The dynamics of residuals of ARIMA (3,1,2) is present in Figure 3.

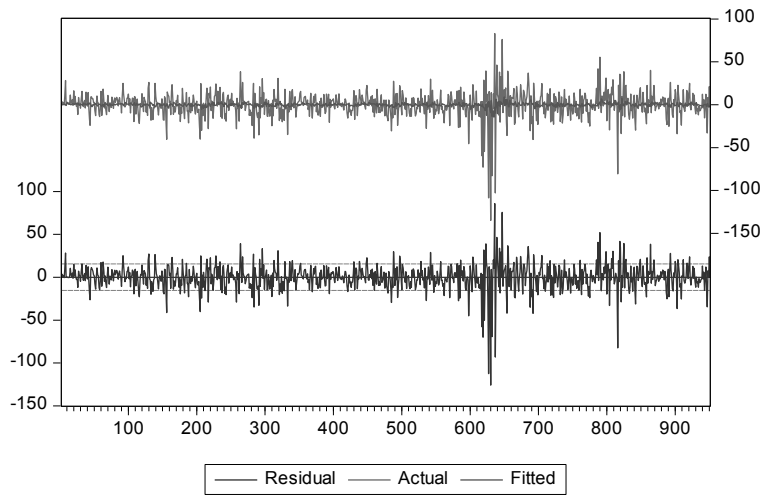


Figure 2 Residuals of ARIMA(3,1,2)

Source: Author's presentation

Next, the ARCH effect test is presented in Table 2.

Table 2 Heteroskedasticity Test

F-statistic	8.77536	Prob. F(1,947)	0.0031
Obs*R-squared	8.713153	Prob. Chi-Square(1)	0.0032

Source: Author's calculation.

Table 2 indicates that SET has an ARCH effect. Then the models are selected based on the AIC, SIC, and HQC criteria such that the lowest value is the best model. The results are presented in Table 3.

Table 3 model selection

Models	AIC	SIC	HQC
ARCH(1)	8.181021	8.222020	8.196645
ARCH(2)	8.149922	8.196046	8.167499
ARCH(3)	8.152912	8.204162	8.172442
GARCH(1,1)	8.312847	8.358972	8.330424
TARCH(1,1,1)	7.999387	8.050636	8.018917
EGARCH(1,1)	8.003004	8.054253	8.022534
PARCH(1,1)	7.988854	8.045228	8.010337

Source: Author's calculation.

Based on Table 3, TARCH(1,1,1) and PARCH(1,1) models are the appropriated models, reflected by AIC, SIC, and HQC value, and they thus will be compared. The results from TARCH (1,1,1) are presented in Table 4.

Table 4 TARCH (1,1,1) model

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	-0.018034	0.437185	-0.041251	0.9671
AR(1)	-0.055715	0.111661	-0.498964	0.6178
AR(2)	-0.882986	0.103305	-8.547356	0.0000
AR(3)	0.056786	0.041575	1.365849	0.1720
MA(1)	0.139988	0.107057	1.307599	0.1910
MA(2)	0.874836	0.112164	7.799579	0.0000
Variance Equation				
C	6.034428	1.733537	3.480992	0.0005
RESID(-1)^2	0.048078	0.013463	3.571190	0.0004

RESID(-1)^2*(RESID(-1)<0)	0.076821	0.016317	4.708142	0.0000
GARCH(-1)	0.883921	0.015974	55.33375	0.0000
R-squared	-0.009016	Mean dependent var		-0.003886
Adjusted R-squared	-0.014378	S.D. dependent var		15.57203
S.E. of regression	15.68357	Akaike info criterion		7.999387
Sum squared resid	231462.0	Schwarz criterion		8.050636
Log likelihood	-3777.710	Hannan-Quinn criter.		8.018917
Durbin-Watson stat	2.255802			
Inverted AR Roots	.06	-.06-.94i	-.06+.94i	
Inverted MA Roots	-.07+.93i	-.07-.93i		

Source: Author's calculation.

The properties of the model will be investigated, i.e., serial correlation, ARCH effect, and normal distribution of residuals. The null hypotheses for each property are respectively: there is no serial correlation in the residual, there is no ARCH, and residuals are normally distributed. The TAR(1,1,1) model diagnostics are represented in Table 5-6 and in Figure 3.

Table 5 Serial correlation in TAR(1,1,1) model

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob*
		1 -0.012	-0.012	0.1297	0.719
		2 0.029	0.028	0.9052	0.636
		3 0.045	0.046	2.8587	0.414
		4 -0.022	-0.022	3.3401	0.503
		5 -0.017	-0.021	3.6263	0.604
		6 -0.007	-0.008	3.6698	0.721
		7 -0.001	0.002	3.6716	0.817
		8 -0.016	-0.015	3.9249	0.864
		9 0.006	0.005	3.9539	0.914
		10 0.026	0.026	4.5961	0.916
		11 -0.026	-0.025	5.2531	0.918
		12 0.034	0.031	6.3765	0.896
		13 0.014	0.014	6.5764	0.923
		14 -0.015	-0.014	6.8003	0.942
		15 0.011	0.007	6.9201	0.960
		16 -0.028	-0.028	7.6777	0.958

Source: Author's calculation.

Table 6 Heteroskedasticity Test

F-statistic	0.128961	Prob. F(1,944)	0.7196
Obs*R-squared	0.129217	Prob. Chi-Square(1)	0.7192

Source: Author's calculation.

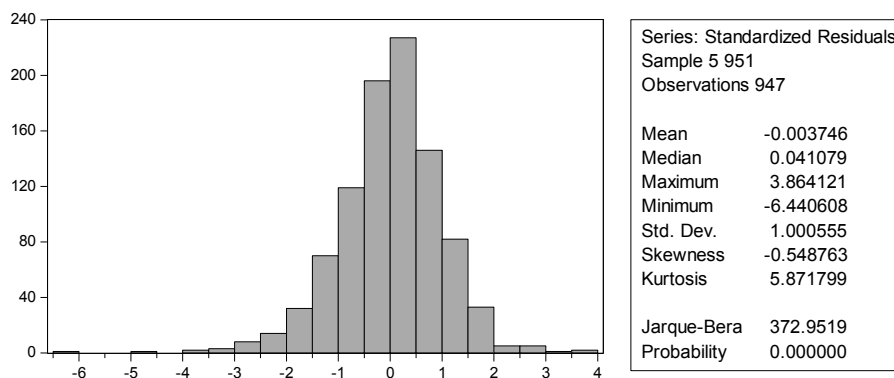


Figure 1 Normallity test of residual

Source: Author's presentation

Table 5 to 6 and Figure 3 showed that there is no serial correlation, no ARCH effect. However the residuals are not normally distributed.

The forecast of TARCH (1,1,1) model is present in Figure 4.

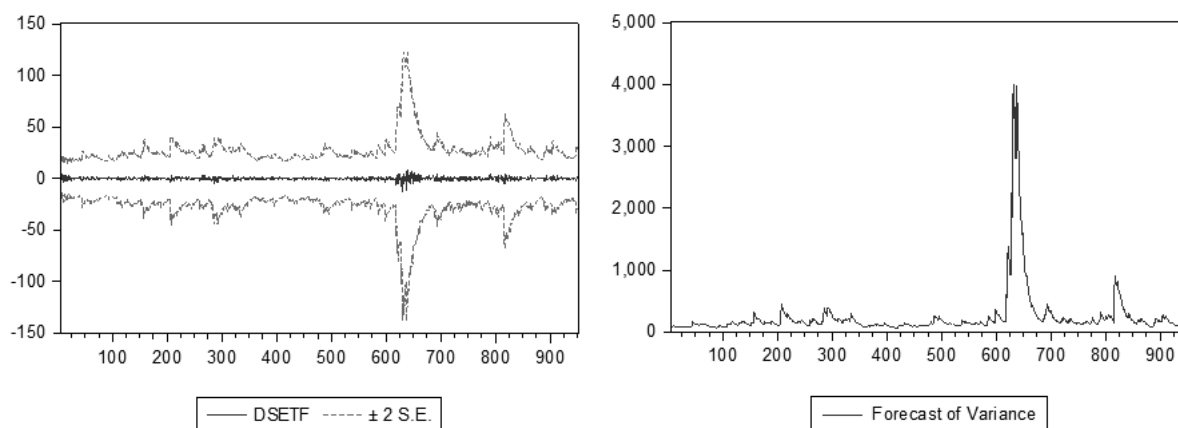


Figure 4 Static Volatility Forecast and Forecast of Variance from TARCH (1,1,1) model

Source: Author's presentation

The result from PARCH (1,1) is present in Table 7.

Table 7 PARCH (1,1) model

Variable	Coefficient	Std. Error	z-Statistic	Prob.
C	-0.038636	0.444314	-0.086957	0.9307
AR(1)	-0.388795	0.035366	-10.99335	0.0000
AR(2)	-0.939492	0.017726	-52.99976	0.0000
AR(3)	0.068815	0.035895	1.917129	0.0552
MA(1)	0.475192	0.002395	198.3919	0.0000
MA(2)	0.994424	0.001844	539.3952	0.0000

Variance Equation				
C(7)	17.51502	23.74793	0.737539	0.4608
C(8)	0.070398	0.023019	3.058244	0.0022
C(9)	0.203875	0.058441	3.488574	0.0005
C(10)	0.878871	0.015939	55.14076	0.0000
C(11)	2.424040	0.494147	4.905499	0.0000

R-squared	-0.003158	Mean dependent var	-0.003886
Adjusted R-squared	-0.008488	S.D. dependent var	15.57203
S.E. of regression	15.63798	Akaike info criterion	7.988854
Sum squared resid	230118.1	Schwarz criterion	8.045228
Log likelihood	-3771.722	Hannan-Quinn criter.	8.010337
Durbin-Watson stat	2.249634		

Inverted AR Roots	.07	-23-.96i	-23+.96i
Inverted MA Roots	-24+.97i	-24-.97i	

Source: Author's calculation.

The TAR(1,1,1) model diagnostics are represented in Table 8-9 and in Figure 5.:

Table 8 Serial correlation of PARCH (1,1) model

Autocorrelation	Partial Correlation	AC	PAC	Q-Stat	Prob*
		1 -0.015	-0.015	0.2142	0.644
		2 0.021	0.021	0.6321	0.729
		3 0.034	0.035	1.7495	0.626
		4 -0.021	-0.020	2.1532	0.708
		5 -0.017	-0.019	2.4214	0.788
		6 -0.012	-0.013	2.5678	0.861
		7 0.004	0.006	2.5862	0.920
		8 -0.021	-0.020	3.0117	0.934
		9 -0.005	-0.006	3.0392	0.963
		10 0.025	0.024	3.6293	0.963
		11 -0.039	-0.037	5.0560	0.928
		12 0.034	0.032	6.1943	0.906
		13 0.018	0.018	6.5002	0.926
		14 -0.010	-0.008	6.5891	0.949
		15 0.011	0.007	6.6967	0.966
		16 -0.021	-0.021	7.1191	0.971

Source: Author's calculation.

Table 9 Heteroskedasticity Test

F-statistic	0.212963	Prob. F(1,944)	0.6446
Obs*R-squared	0.213366	Prob. Chi-Square(1)	0.6441

Source: Author's calculation.

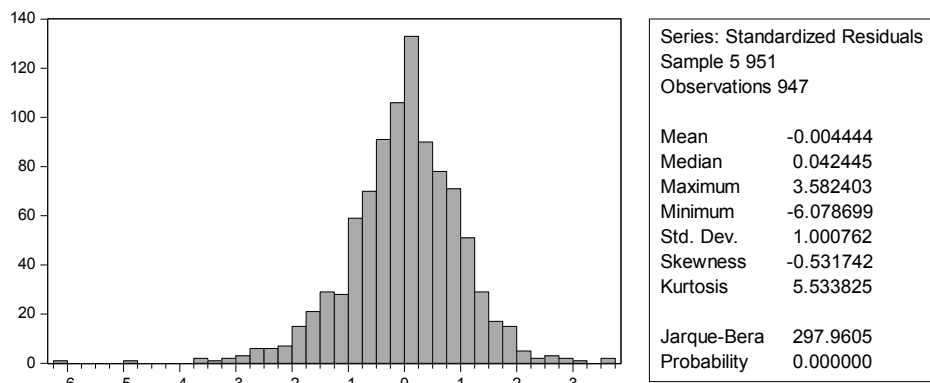


Figure 5 Normality test of residual

Source: Author's presentation

Table 8 to 9 and Figure 5 showed that there is no serial correlation and no ARCH effect. Again the residuals are not normally distributed.

The forecast of PARCH (1,1) model is present in Figure 6.

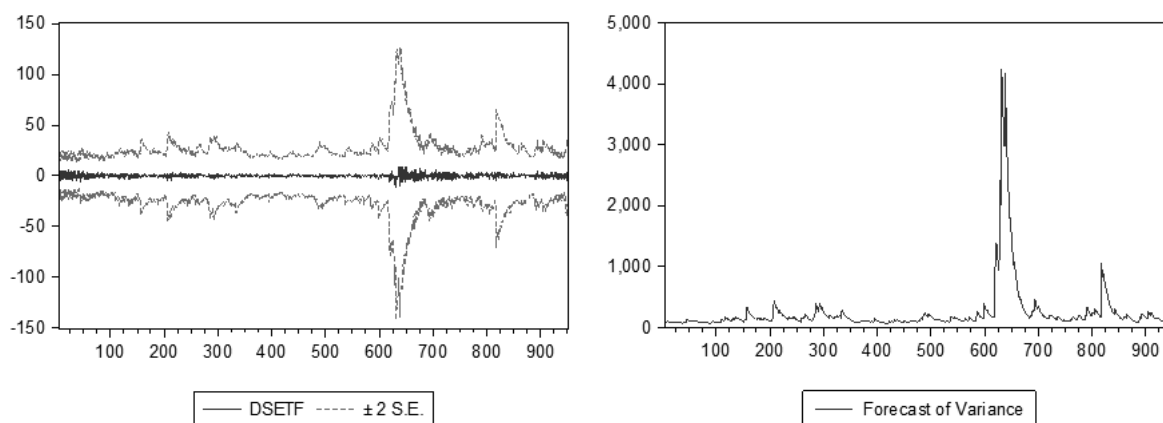


Figure 2 Static Volatility Forecast and Forecast of Variance from PARCH (1,1).

Source: Author's presentation.

Table 10 Accuracy of forecast

TARCH (1,1,1)		PARCH (1,1)	
Forecast: DSETF		Forecast: DSETF	
Actual: DSET		Actual: DSET	
Forecast sample: 1 951		Forecast sample: 1 951	
Adjusted sample: 5 951		Adjusted sample: 5 951	
Included observations: 947		Included observations: 947	
Root Mean Squared Error	15.63381	Root Mean Squared Error	15.58836
Mean Absolute Error	10.34300	Mean Absolute Error	10.28329
Mean Abs. Percent Error	131.2812	Mean Abs. Percent Error	144.3449
Theil Inequality Coefficient	0.909271	Theil Inequality Coefficient	0.877186
Bias Proportion	0.000001	Bias Proportion	0.000005
Variance Proportion	0.794364	Variance Proportion	0.734211
Covariance Proportion	0.205635	Covariance Proportion	0.265784
Theil U2 Coefficient	0.963952	Theil U2 Coefficient	0.919014
Symmetric MAPE	170.6083	Symmetric MAPE	162.3800

Source: Author's calculation.

In comparison to the value of Root Mean Square Error, presented in Table 10, the analysis revealed that the PARCH forecast is slightly more accurate than the TARARCH forecast. As a result, the leverage effect is presented in SET, and thus both the government and investors are advised to be aware of historical events, especially negative news, as they can destabilize the stock market and increase investment risk.

V. CONCLUSION

This study models the volatility of SET using the ARCH family of models, specifically ARCH, GARCH, TARARCH, EGARCH, and PARARCH, along with data from the BOT website. Using the daily data of 952 observations from the Bank of Thailand website between August 2017 and July 2021, and the criteria for selecting the appropriate models, it is demonstrated that the SET volatilities can be explained by the PARARCH model, which implies the leverage effect in SET. Therefore, the government should control for negative news or information that may increase the volatility of the stock market, while investors should be aware of historical events, especially negative news, which can increase investment risk.

ACKNOWLEDGMENT

This research is supported by the Faculty of Business Administration, Krirk University, Thailand. This research is also supported by the school of economics, Sukhothai Thammathirat Open University, Thailand.

REFERENCES

Ahmed, Md. T., & Naher, N. (2021). Modelling & Forecasting Volatility of Daily Stock Returns Using GARCH Models: Evidence from Dhaka Stock Exchange. *Journal of Economics and Business*, 4(3), 74–89. <https://doi.org/10.31014/aior.1992.04.03.371>

- Bahtiar, M. R. (2020). Volatility Forecasts Jakarta Composite Index (JCI) and Index Stock Volatility Sector with Estimated Time Series. *Indonesian Capital Market Review*, 12(1), 12–27. <https://doi.org/10.21002/icmr.v12i1.12049>
- Beg, T. H., Habib, W., & Afrina, T. (2020). Modelling Stock Returns Volatility on Tokyo Stock Exchange Limited. *Independent Business Review*, 13(1), 36–46.
- BOT. (2022). SET & External Stock Market Indexes. Bank of Thailand. https://www.bot.or.th/App/BTWS_STAT/statistics/DownloadFile.aspx?file=FM_CM_001_ENG.PDF
- Chatchawan, S. (2021). How does News-Based Sentiment Affect Stock Market Volatility in the Stock Exchange of Thailand? *KKBS Journal of Business Administration and Accountancy*, 5(3), 161–182.
- Dritsaki, C. (2017). An empirical evaluation in GARCH volatility modeling: Evidence from the Stockholm stock exchange. *Journal of Mathematical Finance*, 7(2), 366–390.
- Duru, I. U., Eze, M. A., Saleh, A. S., Uzochina, B. I., Ebenyi, G. O., & Chukwuka, E. (2022). Exchange Rate Volatility and Exports: The Nigerian Scenario. *Asian Journal of Empirical Research*, 12(1), 11–28.
- Ebun, F., Olusuyi, E., & Michael, A. (2018). The Impact of Stock Market Development on Economic Growth in Nigeria. *Journal of Business and African Economy*, 4(1), 1–15.
- Endri, E., Aipama, W., Razak, A., Sari, L., & Septiano, R. (2021). Stock price volatility during the COVID-19 pandemic: The GARCH model. *Investment Management and Financial Innovations*, 18(4), 12–20. [https://doi.org/10.21511/imfi.18\(4\).2021.02](https://doi.org/10.21511/imfi.18(4).2021.02)
- Fama, E. F. (1965). The Behavior of Stock-Market Prices. *The Journal of Business*, 38(1), 34–105. <https://doi.org/10.1086/294743>
- Ganguly, S. (2020). Estimation of Volatility and Leverage Effect during the Outbreak of Covid-19 Pandemic: A Study based on Selected International Stock Markets. *Indo-Asian Journal of Finance and Accounting*, 1(2), 177–187.

- Panyagometh, K. (2020). The Effects of Pandemic Event on the Stock Exchange of Thailand. *Economies*, 8(4), 1–21. <https://doi.org/10.3390/economies8040090>
- Ponziani, R. M. (2022). Modeling the returns volatility of Indonesian stock indices: The case of SRI-KEHATI and LQ45. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 18(1), 13–21.
- Prasetyo, I., Aliyyah, N., Rusdiyanto, R., Nartasari, D. R., Nugroho, S., Rahmawati, Y., Groda, S. P., Setiawan, S., Triangga, B., & Mailansa, E. (2021). Impact financial performance to stock prices: Evidence from Indonesia. *Journal of Legal, Ethical and Regulatory Issues*, 24, 1–11.
- Rashid, K., Tariq, Y. B., & Rehman, M. U. (2021). Behavioural errors and stock market investment decisions: Recent evidence from Pakistan. *Asian Journal of Accounting Research*.
- Santillán Salgado, R. J., Fonseca Ramírez, A., & Romero, L. N. (2019). The “day-of-the-week” effects in the exchange rate of Latin American currencies. *Revista Mexicana de Economía y Finanzas*, 14(SPE), 485–507.
- Smales, L. A. (2017). The importance of fear: Investor sentiment and stock market returns. *Applied Economics*, 49(34), 3395–3421.
- Titan**, A. G. (2015). The Efficient Market Hypothesis: Review of Specialized Literature and Empirical Research. *Procedia Economics and Finance*, 32, 442–449. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01416-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01416-1)
- Trading Economics. (2022). Thailand—Stock Price Volatility—2022 Data 2023 Forecast 1988-2021 Historical. <https://tradingeconomics.com/thailand/stock-price-volatility-wb-data.html>

“THE ROLE OF THAILAND EEC TO ACHIEVE ASEAN CONNECTIVITY VISION, AIM TO INCREASE COMPETITIVENESS OF THAILAND ECONOMIC UPLIFTING FROM MIDDLE INCOME TRAP”

Yutthana Jaiprasert

Abstract

Today, Thailand GNI per capita lowers than 7,050 USD , not competitive when we compare with player in surrounding country in ASEAN such as Malaysia , Vietnam , Singapore etc. Meanwhile rising regional competition as value of exported goods reduced from 14% p.a. to 5% per annum , Increasing in low-cost production in ASEAN nations, China shift from import to self-production, industrial sector productivity reduced to 0.1% and -1.1% in last 2 years .

Due to above critical issue and challenged, Thailand need new springboard of economy to achieve its aspiration of becoming a first world nation by 2032, Thailand will need to grow 6% per year from now on, (12,746 USD GNI per capita). To overcome these challenges, Thailand needs to create a competitive investment environment and drives domestic coordination to foster global confidence.

As above challenges, Thailand absolutely needs new engine driver to uplift its economic, thus Eastern Economic Corridor special economic zone initiative of Thai Government that launched in March 2016, as a new economic engine(National development 20 year plan 2016-2036), the nation faces the triple challenge of rising regional competition, creating a competitive investment environment and coordinating investments, though EEC special economic zone which will recap all details in this study .

Thai Government’s Eastern Economic Corridor (EEC) Initiative program to increase competitiveness to Thailand in ASEAN way.

Introduction

Background and Significance of the Research

Its almost 54 years which Thailand has taken significantly role to lead ASEAN economic in over the past few decades. Aspiration to Uplift from middle income tract to be high income nation as key goal for Thailand.

It recognizing that Thailand's starting position Undeniably, Thailand has come a long way since the country's installation of democracy and a constitutional monarchy system in 1932. With GDP having grown as high as 7.5% p.a. in the boom years of 1986-96 and growth rate sustained at 5% p.a. even after the Asian Financial Crisis, Thailand became formally recognized by the World Bank as an 'upper-middle' income economy in 2011. Recent times have been challenging for the country,

One of the key factor lead to Thailand less competitive when compare with other ASEAN member is that first Thailand no have initiative program to attractive potential investor who looking for special privilege support, basic Infrastructure need to upgrade to more seamless connectivity for increase efficiency ,On the other hand country nearby such Vietnam , Malaysia , Indonesia have been launched several attractiveness program across "Special Economic Zone" program as key tool to attractive potential investor ,furthermore low cost labor intensive as a key considering for production where looking for more productivity, core economic driver to uplift country toward high income level nation. Achieving a GNI per capita of USD 12,746 as defined by the World Bank.

In this research will explain How "Special Economic zone" Eastern Economic Corridor new initiative Thai program will take significance role to driven economic, move forward Thai to high income nation.

Research Objective

In 21st century, beyond leading coordination efforts between GMS countries, Thailand and the EEC also stand to benefit from its position at the epicenter of the world's fastest-growing regions of China, India and the wider ASEAN, including access to larger consumer markets and global investors, greater transport connectivity, economic and social gains from cross-border immigration, easier access to knowledge and information, and trends towards a more inclusive capitalism. Given the regional opportunities within and beyond the GMS, Thailand should develop

the EEC to be well-prepared for talking on its multiple leadership roles and being at the forefront of the wider region.

The main focus of this research is to investigate Eastern Economic Corridor program will play significance role to uplift Thailand to high income nation, meanwhile can investigating that will EEC can meet and match with ASEAN regional collaboration program too. Beyond goods and people movement. Thailand should also aim to capture the greater cross-border exchange of knowledge and ideas by engaging in international education partnerships and riding on the global wave of increasing data flows via social network and online media channels.

Review of Literature and framework

Today, Thailand GNI per capita lowers than 7,050 USD , not competitive when we compare with player in surrounding country in ASEAN such as Malaysia , Vietnam , Singapore etc. Meanwhile rising regional competition as value of exported goods reduced from 14% p.a. to 5% per annum , Increasing in low-cost production in ASEAN nations, China shift from import to self-production, industrial sector productivity reduced to 0.1% and -1.1% in last 2 years .

Due to above critical issue and challenged, Thailand need new springboard of economy to achieve its aspiration of becoming a first world nation by 2032, Thailand will need to grow 6% per year from now on, (12,746 USD GNI per capita). To overcome these challenges, Thailand needs to create a competitive investment environment and drives domestic coordination to foster global confidence.

As above challenges, Thailand absolutely needs new engine driver to uplift its economic, thus Eastern Economic Corridor special economic zone initiative of Thai Government that launched in March 2016, as a new economic engine (National development 20 year plan 2016-2036), the nation faces the triple challenge of rising regional competition, creating a competitive investment environment and coordinating investments, though EEC special economic zone which will recap all details in this study .

Thai Government's Eastern Economic Corridor (EEC) Initiative program to increase competitiveness to Thailand in ASEAN way. Eastern Economic Corridor (EEC) Transforming Thailand with the EEC as its Engine of Growth with communities becoming more connected than ever before, Thailand aims to establish itself as a regional leader and at the forefront of a fast-changing world. To become a high income nation by 2030, the Government has announced and

started implementing the 5+5 strategy focused on uplifting 5 existing sectors for which the country has strong foundations, and seeding 5 new sectors with potential for disruptive exponential growth in order to achieve the required 6% per annum (“p.a.”) growth in Gross Domestic Product (“GDP”). To kick-start its efforts to push Thailand onto a new S-curve, the Thai Government has earmarked the Eastern Economic Corridor (“EEC”) as the launch pad for developing Thailand’s priority sectors. Home to over 3 million people and contributing to 15% of the country’s GDP, the EEC has grown to become a primary industrial center of Thailand. With a strategic geographical advantage, a strong industrial ecosystem and talent pool, and an abundance of land for greenfield city development, the EEC is aspiring to become a vital engine of Thailand’s growth over the next few decades. Achieving a GNI per capita of USD 12,746 as defined by the World Bank Embracing the fast-changing world more than ever in human history, the world is changing and will continue to change at an unprecedented rate. The world in 2030 will be fundamentally different from what we see today.

The center of economic gravity is shifting towards the East, Thailand is situated at the heart of the world’s fastest growing regions. The historical shift of the global economic center towards Europe and North America over the past 3 centuries are being reversed at a phenomenal pace. Where it took almost 1,000 years for the economic center to move from Central Asia to the Atlantic region, we expect the reverse to occur in just 25 years to grow by 4-6% p.a. and contribute to almost 40% of the world’s GDP by 2040. Thailand is situated at the heart of this global growth with its strategic location at the center of the Greater Mekong Sub-region (“GMS”), and connected to the growth powerhouses of China (i.e., through Laos) and India (i.e., through Myanmar). Underpinning the growth of these regions is the rapid urbanization in emerging economies as they catch up to the developed world. Just 410 cities in emerging markets are expected to drive almost 45% of global growth between now and 2025 This urbanization phenomenon will undoubtedly shape the nature of Thailand’s future growth looking forward.

Technologies will disrupt the world. Disruptive new technologies are expected to disrupt the status quo, generating USD 15-30 trillion in direct economic impact annually by 2025. For Thailand, this means that uplifting our historical engines of growth (e.g., automotive, agriculture) will no longer be sufficient. Thailand will need to concurrently focus on developing new sectors (e.g., robotics that support automation of industries) that will shape the future of the global economy. Similar to Thailand’s efforts on building an electronics and automotive sector in

the 1970s and 1980s, this will allow Thailand to establish a leading position in ASEAN in these “disruptive” new engines of growth, allowing it to build a resilient, future-proof economy.

Thailand’s starting position, undeniably, Thailand has come a long way since the country’s installation of democracy and a constitutional monarchy system in 1932. With GDP having grown as high as 7.5% p.a. in the boom years of 1986-96 and growth rate sustained at 5% per annum even after the Asian Financial Crisis, Thailand became formally recognized by the World Bank as an ‘upper-middle’ income economy in 2011. Recent times have been challenging for the country.

Decreasing competitiveness, industrial sector productivity growth in Thailand has reduced to 0.1% and -1.1% in the past two years, exacerbated by the country’s major ports having no room for further expansion to absorb any increased traffic.

5+5 strategy as a platform to achieve High-Income Nation status, Thailand is not planning on slowing down its progress. By 2030, Thailand aspires to become a high-income nation, with a Gross National Income (GNI) per capita up from USD 5,410 today to USD 12,746. This translates to around 6% GDP growth per year and Thailand transforming from an asset-based to a knowledge-based economy, enabled by robust technology. Beyond economic aspirations, the Thai Government has set out targets and aspirations for the country on non-economic indicators including quality of life and environmental sustainability.

The 5+5 priority industrial sectors are expected to transform Thailand’s economy, driving Thailand’s GDP growth by 6% per annum in real terms from approximately USD 395 billion today to USD 1,090 billion by 2030 – thereby achieving the high income nation threshold as defined by the World Bank. In addition, this will establish Thailand as a regional leader across several of these sectors.

Kick-starting the 10 sectors to generate the outcomes desired will depend on several key success factors. Not only will the country require world-class infrastructure to enhance its connectivity to the region and the rest of the world, but a first-rate education system that produces high-quality talent with the right mix of skills is also essential. The Government must also play an important role in drafting and revising policies that will simultaneously create a business-friendly environment to attract international investors while empowering Thai stakeholders with the ability to do things differently.

Rolling out the required infrastructure, talent and policies at a national scale could be challenging due to the large investment and coordination required. This has driven the Government to look to focus and 'pilot' their initial efforts and initiatives on a certain part of the country with an environment that is conducive to the development of these 5+5 sectors. To this question on my view, the Eastern Economic Corridor has provided an answer.

Origins of EEC: Thailand's Industrial Engine comprising of 3 provinces – Chachoengsao, Chonburi and Rayong – the EEC houses around 3 million people. Despite making up only 5% of the country's population, the corridor contributed to almost 15% of Thailand's GDP in 2015. Since the start of its growth in the 1980s, the Eastern Seaboard ("ESB") – a precursor to what is now known as the EEC – has been a major driver of Thailand's industrial growth. While focus during the early stages was primarily on the export of textiles, electronic devices and appliances, production gradually moved up the value chain towards automotive assembly and parts manufacturing.

Today, the EEC can be considered the primary industrial center of Thailand, especially in petrochemicals, energy, and automotive. Growth of the EEC was enabled by a supporting infrastructure network in the area including 4 major ports (i.e., Laem Chabang, Sattahip, Sriracha, Map Ta Phut), Thailand's first motorway (i.e., Bangkok-Chonburi Motorway), and proximity to Suvarnabhumi Airport.

Moving forward, the EEC has been earmarked by the Government as the ideal platform to launch and kick-start the development of the country's priority sectors identified under the 5+5 strategy.

Access to skilled talent, industrial development has left the EEC with a talented pool of skilled labor. Being Thailand's center for automotive and electronics also means that the EEC is home to a majority of the 525,000 and 600,000 skilled workers that are employed in those industries respectively across the country. In addition, there is a solid foundation of secondary and tertiary education institutions, including over 10 internationally accredited international schools and 5 leading universities. Most of EEC's universities focus on science and technology to produce high-skilled labor for the region (e.g., Burapha University, Vidyasirimedhi Institute of Science and Technology); and Greenfield opportunity for sustainable and smart cities: In line with other emerging economies, rapid urbanization will be a key trend for Thailand over the next 10-20 years. The EEC urban population is expected to grow by 12-19 million by 2068, largely from

rural to urban migration, with potentially 4-6 million of those moving into the EEC from other parts of Thailand. A strong positive correlation exists between urbanization level and GDP per capita, driven by the fact that cities are more productive. Given that EEC has an abundance of available land for development – with almost 2,000 km² of urban greenfield land identified across the 3 provinces – the area can provide an opportunity for Thailand to create new sustainable cities that avoid the problems of urbanization before they even start. Looking ahead, these new cities could become the role model for city development for the entire country, given that Bangkok today ranks 79th in the Sustainable Cities Index compared to other global cities such as Singapore (12th) and Seoul (26th). There is a significant opportunity for Thailand to develop new greenfield sustainable cities that not only offer the opportunity to elevate the quality of life for residents, but to also function as a ‘testbed’ for several new smart city solutions that are being developed. Strong momentum to-date in repositioning the EEC as Thailand’s future engine of growth.

Recognizing the strategic importance of the EEC, the Thai Government has already set in motion several announcements and initiatives related to the development of the corridor including Government’s intentions to develop the EEC as a high-tech industry cluster, with an eye towards becoming ASEAN’s leading economic zone for industrial, infrastructure and urban development; Granting of privileges to investors in EEC including long-term land leases, visa-free grants for skilled labor and special tax breaks; Estimates of investments into EEC totaling THB 1.6 trillion over the next 5 years; With the draft law for the EEC approved by the Cabinet in October 2016, the Government plans to add the development of EEC to the 2017-2021 National Development Plan.

Positioning the EEC as Thailand’s Engine of Growth Looking forward, the vision for the EEC is to become the new engine that drives Thailand towards achieving economic growth and reclaiming its regional leadership via being the launch pad for Thailand’s priority sectors. By 2068, the EEC aspires to be home to 10 million people, and contribute to almost a quarter of Thailand’s national GDP, with living standards equivalent to major global cities today, such as London and Los Angeles. The EEC aims to achieve this via positioning itself as the hub for innovation and knowledge, transportation and logistics, affluent and wellness tourism, and financial services. To catalyze its growth, the EEC will need to develop a well-integrated set of infrastructure, cities and industrial areas, as well as creating a coordinated governance system, enabling structure of pro-business policies, a skilled and diverse talent pool and proactive

community and stakeholder engagement. A project of this magnitude and complexity will become the first of its kind in the world.

Vision for the EEC, the overall vision is for the EEC to become the new engine that will drive Thailand towards achieving sustained economic growth and reclaiming regional leadership.

To become Thailand's engine of growth, the EEC will transform itself into a launch pad for Thailand's priority sectors, comprising the 10 sectors from the 5+5 strategy and 2 critical supporting sectors of financial services and logistics. Initial focus for the EEC will be on the prioritized six 'white-space' sectors, including next generation automotive, robotics, agriculture & biotechnology, aviation, medical and financial services. This vision is underpinned by: (1) Four positioning which represent what the EEC will be known for; (2) Three 'hard' catalysts which will jump-start the development of the EEC's physical structure to support its aspirations; and, (3) Four 'soft' enablers which will create a conducive environment to accelerate the EEC's growth.

Fast forward to 2030 and beyond, by 2030, the EEC will contribute almost a quarter of the country's GDP – an increase from 15% to 22% - with estimated population of 5 million, rivalling Bangkok as a main destination for both foreign immigrants and local migrants. Living standards in the EEC is expected be at the same level as today's standards in major cities of the world. The GDP per capita of the EEC in 2030 would be similar to today's Tokyo and Hong Kong, while in 2068 it would be similar to today's London and Los Angeles.

To achieve these economic outcomes for the EEC, we need to believe that the development plan for the EEC will enable the following conditions to be met:

Growth: the EEC is able to capture between 20-30% of Thailand's GDP growth via taking a proportion of growth away from Bangkok;

Population: the EEC is able to attract sufficient talent to become a home to over 10 million people via: – Capturing 30% of Thailand's new urban population that is expected to come from the increase in rural-urban migration of local Thais; and – Attracting immigration, with foreign immigrants making up 20-30% of the city's population – a figure similar to what is achieved at today's cosmopolitan hubs such as Singapore, Melbourne and London.

Productivity enhancement: the EEC is able to capture increased labor productivity gains of 3% per annum to be comparable to Korea, Japan and Singapore.

Three catalysts to jump-start the development of the EEC, to jump-start its economic development, the EEC will need an integrated approach across a set of catalyst projects.

First, infrastructure, a fully integrated network of land, sea and air transportation spanning 7 projects that will allow the seamless movement of goods and people. This is estimated to cost a total of THB 0.5 trillion, and will enable the EEC to become truly connected to the rest of the country and wider region;

Second, new cities: three new urban areas with over 2,000 km² of developable land that will be home to over 10 million domestic and foreign talent by 2068. These cities will be equipped with both residential and commercial real estate to support an appealing city life, as well as smart city technology to ensure sustainable urbanization;

Third, industrial parks: home of new industries across Thailand's priority sectors, supported by preferential policies and incentives to attract both large global anchor investors and a broad ecosystem of suppliers and local partners.

Infrastructure, city and industrial park development are inter-linked and cannot be developed in isolation. While proximity to a transport infrastructure is important for both city residents and businesses, residential areas should also be developed away from industrial parks to protect residents from the latter's potential environmental impact. Hence, these sets of catalyst projects should be planned and developed via an integrated approach in order to maximize their value proposition.

Four enablers to accelerate the EEC's growth, as follows.

First, coordinated governance, given its large scope, development of the EEC must be coordinated across its multiple sectoral, infrastructure and city development initiatives. The draft of the EEC law lays out plans to set up the EEC committee responsible for policy-setting and an EEC office as a delivery unit for planning and execution. There is also a need for this body to adopt a multi-project view, have the authority to appoint the developer and work closely with other agencies and lead the execution on the grand plan. For example, working with the Board of Investment ("BOI") in key investor management and Ministry of Transport on mega infrastructure development needed for the EEC. Pro-business and investor-centric environment and policies. To attract global private investors to make Thailand a regional hub for their manufacturing and service activities, while accelerating the development of a supplier ecosystem, a pro-business environment and set of policies are required. Initial focus for global investor attraction will be on the prioritized six 'white-space' sectors.

In order to do this, there is a need to enhance zonal level policies on infrastructure, land use, financial incentives (e.g., 15 years' corporate tax exemption announced by the government), talent development, cluster excellence and intellectual property rights. In addition, new sector specific policies should be crafted to support investors on driving demand (e.g., subsidies for purchases of electric vehicles), building a local talent base (e.g., partnerships between robotics manufacturers and universities), ensuring access and comprehensive supplies sources (e.g., business matchmaking and roundtables) and developing a supporting legal infrastructure (e.g., patent reforms).

Skilled and diverse talent, with plans to develop many new sectors, cutting-edge skills that may not yet exist in Thailand (e.g., mechatronics, molecular biology, genetic engineering) may be required to support this ecosystem.

In order to do this, there is a need to bring in foreign talent (e.g., via liberalizing immigration policies) as well as develop local talent both in the short term (e.g., via sector-specific boot-camps) and the long term (e.g., via uplifting the education system by enhancing TVET programs). There is also a need to create a diverse talent pool, spanning multiple cultures, nationalities and socio-economic groups, underpinned by a meritocratic workplace.

proactive community and stakeholder engagement, the proactive community engagement is required to ensure that the development of the EEC is inclusive and sensitive to ongoing socio-economic and environmental challenges in the corridor.

To achieve this, it is very vital to create an integrated approach for the development from planning, governance structure to implementation. This will help align all stakeholders, creating a unified win-win scenario for everyone. On a broad level, clear and regular communication from the government is required for the local communities to understand the objective and benefits of the state's plans for the EEC. On a project level, each project must be designed with the input from the public right from initial project concept and planning. Finally, environmental restoration and community programs need to be embedded into development projects (e.g., creating green spaces and zoning).

Beyond Thailand, establishing the EEC as the Centre of Gravity for Growth of Greater Mekong Sub-region. Beyond its national importance, the EEC aspires to play a significant role for the Greater Mekong Sub-region ("GMS") consisting of 6 countries and provinces (i.e., Thailand, Cambodia, Laos, Myanmar, Vietnam, and Yunnan South China part) that lie at the heart of the

world's fastest-growing economies, and are bonded by their shared advantages and similar aspirations. Although at varying stages of economic development, opportunity exists for the more developed economies of Thailand and Yunnan to coordinate the region's development along overlapping sectoral priorities in order to unlock growth and avoid excessive competition, with the EEC well-positioned to be the regional hub and center of gravity for many of these efforts. The 6 GMS economies stand to benefit from region-wide increases in the flows of trade, people, knowledge and capital. However, to achieve this, Thailand and the EEC should play a leading role in developing measures to improve connectivity across the region – e.g., development of regional freight and passenger rail, liberalization of immigration policies, promotion of cross-border education partnerships – in order to unlock these regional flows.

The case for regional coordination

Over the next few decades, the world's fastest-growing economies will be concentrated in one region of the world that consists of China, India and ASEAN, shifting the global economic center of gravity eastwards. At the heart of this tremendous growth lies the six economies of the Greater Mekong Sub-region (“GMS”) consisting of Thailand, Myanmar, Laos, Cambodia, Vietnam and the Chinese province of Yunnan , which is collectively expected to grow by 6-7% per annum in real terms over the next 20 years.

Regional coordination can bring significant economic benefits. For example, the European Union saw a 9% per annum growth in their global trade during the 7 years after the introduction of the Euro in 2001-2002, while trilateral trade between the USA, Canada and Mexico quadrupled since the inception of NAFTA in 1994.

Aspirations for a more integrated GMS are not new. Nevertheless, a strong case exists for countries in the GMS to ride on this global trend of increasing regional integration and coordinate their development efforts. Not only do the countries share several strengths that provide a good starting point and platform for collaboration, but even what may be seen as potential challenges to coordination can also be turned into opportunity areas for the region.

Existing national and regional policies that support an increasing GMS collaboration, including: – China's One Belt One Road policy (“OBOR”) that has highlighted the importance of GMS economies as the linkage for the India-China-Singapore corridor; – The AEC 2025 Blueprint that aspires to create free movement of skilled labor and capital between ASEAN member

countries, half of which fall under the GMS; and – The GMS Strategic Framework that has identified a pipeline of priority investment projects to promote cross-border integration.

Key measures for consideration. In order to unlock intra-regional trade flows, Thailand and the EEC could play a leading role in: Joint development of a regional meter-gauge and high-speed rail network across GMS: development of a freight railway across the region has the potential to accelerate intra-regional trade for several reasons:– Modal share of overland transportation within the region remains limited today: taking routes between China and Thailand as an example, sea is the dominant mode of freight transport between the two countries, carrying 84% of goods from Thailand to China and 89% of goods the other way. The corresponding figures for land are 9% and Rail is more cost-effective than road transportation across the region: with higher fixed costs but lower variable costs, rail is the cheaper land transport option for route distances beyond 500km. Given that the overland distance of major international trade routes between major cities in GMS are higher than 600km, significant cost savings exist for a switch to rail . and – Major goods traded across GMS are well-suited to rail transport: in general, rail is the most suitable choice of freight transport for two types of goods: (i) high-value goods such as electronics and medical devices that are not time-sensitive but can incur a significant cost if damaged during the often-turbulent sea journeys and (ii) low-ticket goods that are not economical to transport by air but are perishable and cannot afford the luxury of time associated with sea travel, such as agriculture and food products. Given that electronics, agriculture & food, and equipment & devices are likely to be the most commonly traded goods given the regional coordination across these common priority sectors, a cross-regional rail network can offer an attractive middle ground option that effectively balances between speed and cost. For example, the long-distance rail routes between China and Germany, e.g., the 10,000-km Chongqing-Duisburg and the 13,000-km Wuhan-Hamburg routes, have resulted in goods being transported twice as fast as sea freight (i.e., 12-16 days vs. 36 days) and half as expensive as rail freight on a per unit basis.

What do we stand to benefit, with greater coordination, people movement within the GMS is expected to increase across two types of people flows: Migrant flows (i.e., permanent movement of workers): – In spite of the strong sense of shared culture, connected by ethnicity and religion, migration between GMS countries remain low, with intra-regional migrants making up only 1-2% of the region's population, compared with 3% seen in other regions (e.g., 3.2% for

NAFTA; 3.0% for EU); – Moving forward, increasing wealth across the region will see the middle-class share of the population of China and GMS increase from 61% to 73% by 2025. For this growing middle-class, migration within the GMS to major cities may be an attractive option for them to seek better job opportunities and quality of life: – Collaboration across the priority sectors can further encourage cross-border exchange schemes as workers in a particular sector seek employment opportunities at regional centers and hubs located in another part of the region.

Key measures for consideration, in order to unlock people flows, Thailand and the EEC could play a leading role in:

Joint development of cross-border passenger High-Speed Rail: Development of an High Speed rail or cross- presents workers and tourists with an alternative and more affordable transport option to air travel. The reduction in travel time can increase the market for passenger rail within GMS, especially along key inter-city routes below 800km, including several routes between Bangkok and CMLV cities ;

Unlocking public private sector investment to drive growth, what we stand to benefit, to support its future economic development, the GMS region stands to benefit from a potentially large influx of capital investments of capital to help fund the catalytic infrastructure, urban and industrial development projects. Preliminary estimates suggest that the envisioned regional development could imply over USD 5 trillion of investments from three major categories.

Infrastructure investments: with the exception of China, the infrastructure network of all other countries in the GMS region today is relatively under-developed. Averaging at 53%, the GMS countries' infrastructure stock as a proportion of GDP is considerably lower than the 71% global average, with the shortfall greatest amongst transport and power infrastructure. Increasing the infrastructure stock to the global average by 2030 implies a potential infrastructure investment of ~USD 1-2 trillion.

Implications of the EEC's role for the region

Given Thailand's aspirations to simultaneously lead the coordination efforts across GMS while capturing the explosive growth of the wider China, India and ASEAN economic bloc, the EEC should prepare itself to take on its various new roles at the forefront of the region:

Home of regional hubs across multiple priority sectors: regional collaboration across common national priorities will see the EEC become the regional hub for several sectors, e.g., Rayong as the regional innovation Center for agriculture and food, Chachoengsao and

Chonburi as the regional manufacturing and R&D hub for industrial robotics to serve automotive, electronics and healthcare industries;

Regional logistics hub: growth in trade within the region, fuelled by a more connected transport infrastructure system, will amplify the importance of Chachoengsao's role as a land logistics hub and U-Tapao as a regional air-cargo hub and e-commerce fulfilment center to connect and huge flows of goods across the world's fastest-growing economies via both land, sea and air networks;

Multi-cultural center of the region: improved people mobility via an improved transport infrastructure and more liberal labor and immigration policies will likely see the EEC achieve its cosmopolitan aspirations of attracting foreign talent to make up around 20-30% of its 10 million in population by 2068.

Testbed for unlocking private investment: given the influx of infrastructure, urban and industrial development projects that will take place in the area, the EEC has a chance to become the region's testbed for the use of innovative public-private partnerships and a distinctive investor attraction strategy in order to unlock private investments.

Seizing the limitless opportunities, while there is no limit to how important a role the EEC could play as both Thailand's growth engine and the wider region's center of gravity going into the future, whether the EEC will be able to realize its ambitious aspirations will depend on how well it prepares itself for the opportunities and challenges presented in this fast-changing world.

Research Methodology

The research method adopted in this study is a qualitative research method that aimed to answer research questions "How" and "Why" questions by reference data and paper content, moreover also argued that the goal of qualitative research method is to uncover emerging themes, patterns, concepts, insights, and understandings. This research method is a systematic subjective approach to examine, understand and give meaning to certain phenomenon, processes and related events.

Conclusion and Recommendations

As per strategic plan of EEC which is aim to uplift Thailand Economic from middle income trap country which is the World Bank annually revises its classification of world economies based on gross national income (GNI) per capita estimates with average incomes of US\$3,976 to \$12,275. Using the Atlas method, Thailand's GNI per capita is currently at \$7,050.

The upgrade is in recognition of Thailand's economic achievements in the past decade in which GNI per capita has almost doubled, while poverty has been significantly reduced. The country has been prudent in macroeconomic management with a strong fiscal stance and low public debts and inflation. Thailand has a friendly business environment and has been successful in attracting foreign direct investment and achieving greater diversification in manufacturing production, both in terms of higher value-added production and expansion into new emerging export markets.

EEC will play significant role to uplift Thailand Economic through core megaproject including connecting 3 airport (Donmeang-Suvarnabhumi -Utapao) high speed rail which will finish on 2025 ,moreover its become one for the part of China – Singapore railway element that will seamless connecting in future, it will bring a lot of opportunity to Thailand and ASEAN country along with railway routing ,its contribute a lot of job ,reduce logistic cost, increase people mobility , on the other hand EEC launch more impact incentive to attract target investor who come with knowledge sharing through such kind of privilege , EEC initiative program will play significant role to support ASEAN connectivity to uplift Thai economic from middle income trap to high income country as “make dream come true”.

Environmental Impact Assessment, in order to roadmap of mega infrastructure project in EEC that would be double increase a lot of construction such nearly 300 KM of High speed rail, seaport upgrade, airport which is develop to be metropolis, industrial estate to support new S-Curve's industry target etc., anyway environmental assessment impact is a critical concern from local people. According to EEC act which is emphasize on environmental impact, any project need to strictly align with EIA (environment impact assessment) regulation of types and specifications of projects or businesses that require an environment impact assessment (EIA) including the principles, procedures, practices and guidelines of making an EIA report. Furthermore, those new s-curve target industries itself should be green hi-tech Carbon Neutral or Net Zero Carbon. This is a term used to describe the state of an entity (such as a company,

service, product or event), where the carbon emissions caused by them have been balanced out by funding an equivalent amount of carbon savings elsewhere in the world

REFERENCES

- Ampha, Khwanchanok. (2021). The development of East-West Economic Corridor (EWEC) Route and Collaborative Planning process Retrieved from <https://ph02.tcithaijo.org/index.php/ScienceRERU/article/view/244329>.
- Bancha, S. (2017). Transformational Leadership Development of Administrators in the Local Administrative Organizations for Entering ASEAN Retrieved from <https://so05.tcithaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/120609>.
- Chairerg, Supakarn. (2019). The Study and Extensive Review of Cultural Identity of the ASEAN Countries leading to Development Guidelines and Enhancing the Awareness in ASEAN Identity Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/nakboot/article/view/165634>.
- Chareonwongsak, Kriengsak. (2012). Asean Community opportunity, King Prajadhipok's Institute Journal Retrieved from https://so06.tcithaijo.org/index.php/kpi_journal/article/view/24399.
- Eksinsem, Chamaiporn. (2020). The Eastern Economic corridor, Thailand Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/clc/jn/article/view/244950>.
- Jiracheewewong, Eknarin. (2020). Chinese scholarships and education for international students; targeted tools for greater china's use of soft power Retrieved from <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/23222>.
- Kamwang, Aphirat. (2015). The "Act East Policy" of India and "Trilateral Highway" of ASEAN and Thailand Connectivity Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jssnu/article/view/211558>.
- Kosuta, Matthew. (2016). Creating the ASEAN Community Understanding your neighbors, Understanding yourself Understanding Stereotypes and prejudice Retrieved from <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/husojournal/article/view/55964>.
- Manowong, Ektewan. (2019). Evolution of the ASEAN Political-Security Community (APSC) and Thailand's Defense Diplomacy Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/ndsijournal/article/view/216478>.

- Nguyen, Thi Tu Anh. (2021). Transnational Economic Connectivity of the Vietnamese Diaspora Community in Udon Thani Province, Thailand; Mirroring the ASEAN Economic Community Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/mekongjournal/article/view/2486>
- Noichim, Chukeat. (2018). Legal Measures for Supporting and Developing the Inter-States Transportation between Thailand and Myanmar on Chiang Rai-Tachilek Route Located in Mea Sai Special Economic Zone, Chiang Rai (in Thai) Retrieved from <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/MFUconnexion/article/view/241243>.
- Pitarpa, V. (2018). Evolution of ASEAN; Towards The ASEAN Political Security Community Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/papojournal/article/view/132885>.
- Pongnairat, Kantima. (2020). A Model of Chinese Government Promotion towards Business Investment of Chinese Investors in Thailand Retrieved from https://so03.tci-thaijo.org/index.php/polscilaw_journal/article/view/256813.
- Siriphatrasophon, Sakda. (2017). Corporate Social Responsibility and the National Competitiveness Enhancement of Thailand in the ASEAN Community Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jar/article/view/248490>.
- Subboonrueng, Hongpha. (2020). Thailand-China High-Speed Railway Project; Prospects for Northeastern Thailand Development Retrieved from <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/thaikhadijournal/article/view/246248>.
- Sukkasem, Thanee. (2012). ASEAN: Past, Present and Future to ASEAN Community in 2015 Retrieved from <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/gjournal-ksu/issue/view/7997>.
- Tianprasit, Tanatthep. (2016). The protection of Geographical Indications in ASEAN community Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NDJ/article/view/71009>.
- Wansu, Ruttum. (2019). Influences of "New One Belt One Road" in Asia. Retrieved from <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/asianreview/issue/view/11384>.
- Zhai, Haojie. (2020). Research on the cultural transmission of the starting point of the silk road Retrieved from <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/clcjn/article/view/244947>.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk
ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors Affecting Purchase Decisions About Little C By Cakewalk's

Bakery Retail Outlet Products in Bangkok

กมลชนก วงศ์สม ปิยะนนท์พริ้งน้อย และ ดาวพระศุกร์ ทองกลิ่น

Kamolchanok Wongsom Piyanon Phuengnoi and Dowphrasuk Thongklin

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกริก

บทคัดย่อ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร 3) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการวิเคราะห์สมมติฐานด้วยสถิติ T-test, One way ANOVA และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis : MRA)

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ส่วนเพศและสถานภาพสมรสส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

คำสำคัญ : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจ

Abstract

The objectives of this studies were, 1) To studies the level of factors affecting purchase decisions about Little C By Cakewalk's Bakery retail outlet products in Bangkok. 2) To studies and compare the demographic factors affecting purchase decisions about Little C By Cakewalk's Bakery retail outlet products in Bangkok. 3) To studies the marketing mix (4P's) affecting purchase decisions about Little C By Cakewalk's Bakery retail outlet products in Bangkok. Using Questionnaire to collect the data from using simple random sampling method of 400 people. The statistics data analysis is the frequency, percentage, mean and standard deviation that were hypothesis analyzed by statistical T-test, One way ANOVA and analysis Multiple Regression Analysis (MRA)

From the hypothesis testing results, it was found that age, education level, occupation, and monthly income affecting purchase decisions about Little C By Cakewalk's bakery retail outlet products in Bangkok difference, with statistically significant at 0.05. For gender and marital status affecting purchase decisions about Little C By Cakewalk's bakery retail outlet products not difference. The analysis for marketing mix factor affecting purchase decisions about Little C By Cakewalk's bakery retail outlet products in Bangkok including product, distribution, and promotion, with statistically significant at 0.05.

Keywords: Marketing Mix Factor, Purchase Decision

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันประเทศไทยได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศหลากหลายด้าน อาทิ ภาษา วัฒนธรรม รวมไปถึงเรื่องอาหารการกินทั้งคาวและหวาน อย่างเช่นขนมปัง หรือเรียกผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ว่าเบเกอรี่ เบเกอรี่เริ่มเข้ามาในประเทศไทยตั้งแต่สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช แต่ยังเป็นการบริโภคในโอกาสพิเศษเท่านั้น ต่อมาหลังสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 คนไทยได้รับอารยธรรมจากตะวันตกมากขึ้น มีร้านจำหน่ายเบเกอรี่เพิ่มขึ้น เหตุการณ์ที่เป็นจุดเปลี่ยนคือช่วงสงครามเวียดนามในปี พ.ศ.2510 เนื่องจากประเทศไทยเป็นที่ตั้งฐานทัพของทหารอเมริกัน เป็นผลให้มีการผลิตขนมปัง เค้ก และเบเกอรี่อีกหลายชนิดเป็นจำนวนมาก เพื่อตอบสนองความต้องการของทหารเหล่านั้น ทำให้กิจการเบเกอรี่ขยายไปทั่วจนถึงปัจจุบัน ธุรกิจเบเกอรี่

ขยายตัวอย่างต่อเนื่องเป็นผลมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคในเมืองที่มีชีวิตที่เร่งรีบ และต้องการความสะดวกสบายในการรับประทานอาหารเช้าพร้อมรับประทาน เบเกอรี่จึงเข้ามามีบทบาทในแง่ของการเป็นอาหารว่างรองท้อง (Quick snack) ที่ผู้บริโภคสามารถซื้อรับประทานได้ง่าย และพกพาออกไปนอกบ้านได้บ่อยมากยิ่งขึ้น (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2558) ในประเทศอย่างเวียดนาม ฟิลิปปินส์ และไทย เริ่มหันมาชอบเบเกอรี่ที่มีขนาดเล็ก เช่น ขนมปังขนาดพอดีคำ คุกกี้ บราวนี่ และมัฟฟิน หรือเบเกอรี่ที่กินหมดใน 2-4 คำก็กำลังเป็นที่นิยม เพราะมีราคาถูกกว่าและโดยส่วนใหญ่แล้วก็ให้แคลอรีน้อยกว่า รวมถึงเบเกอรี่ที่กินหมดในมือเดียว เช่น ทาร์ต เค้กสวิสโรล และขนมปังไส้ต่างๆ เช่น ถั่วแดง เผือก ไข่เค็ม ครีม หมูสับ เป็นต้น ขนมปังสไตล์ญี่ปุ่นก็ได้รับความนิยมในอาเซียนเช่นกัน นอกจากนี้ ผู้บริโภคชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังมองหารสชาติใหม่อยู่ตลอดเวลา ผู้ผลิตบางรายก็สร้างสรรค์รสชาติเฉพาะเพื่อยกระดับเบเกอรี่ จนบางรสชาติก็กลายเป็นเรื่องธรรมดาไปแล้ว เช่น ไข่เค็ม งาดำ ไข่เค็ม และลิ้นจี่ (ตลาดเบเกอรี่ กินก็ที่ไม่เคยเบื่อ ถ้าเพื่อสุขภาพจะยิ่งขายดี, <https://foodbizs.com> : สืบค้นวันที่ 4 พฤศจิกายน 2564)

นอกจากขนมปังรสชาติต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ยังมีอีกรสที่มาแรงไม่แพ้กันเลย คือ รสนมสด หรือนมสดฮอกไกโด ขึ้นชื่อว่ามีนมสดเป็นส่วนประกอบก็สื่อให้เห็นถึงความหอม นุ่มละมุน และแฝงด้วยคุณประโยชน์ ปัจจุบันมักนำนมสดเป็นส่วนผสมในหลายผลิตภัณฑ์ เช่น ขนมไทย ไอศกรีม ครีมบำรุงผิว หรือแม้กระทั่งสบู่ก็มีสูตรนมสด และเมื่อพูดถึงขนมปังนมสดฮอกไกโด หลายท่านต้องนึกถึงแบรนด์ "Little C" เบเกอรี่ที่กำลังมาแรงในขณะนี้ โดยบริษัท เค้กวอล์คฟู้ด จำกัด เป็นโรงงานผลิตเบเกอรี่ค้าปลีกและค้าส่งเพื่อผู้ประกอบการ โดยคุณชรินทร์ทิพย์ พรวิติ เริ่มต้นจากการก่อตั้งร้านเค้กเล็ก ๆ ย่านทองหล่อเมื่อปี พ.ศ. 2548 ต่อมาเริ่มมีการผลิตขนมปังครีมนมสดฮอกไกโดเมื่อประมาณเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2561 โดยมีหน้าร้านเพียงที่เดียว คือเซ็นทรัลพลาซ่าแกรนด์ พระราม 9 นอกนั้นทางร้านใช้วิธีการออกบูธไปตามห้างสรรพสินค้าหรืองานนิทรรศการต่าง ๆ จุดเด่นของขนมปังครีมนมสดฮอกไกโดภายใต้แบรนด์ Little C By Cakewalk คือ รสชาติอร่อย เนื้อขนมปังนุ่ม ใ้ละเอียด ครีมนมฮอกไกโดก็หวานมันกำลังดี ที่สำคัญทำสดใหม่ และไม่ใส่สารกันบูด คุณภาพและรสชาติดีในราคาย่อมเยา เพียงชิ้นละ 25 บาท พร้อมด้วยโปรโมชัน 4 แกรม 1 ที่มีมาตั้งแต่เริ่มผลิต ทำให้ผู้คนต่างรอคอยการไปออกบูธใกล้บ้านของผลิตภัณฑ์นี้อย่างใจจดใจจ่อ จนถึงขนาดมีธุรกิจรับฝากซื้อแล้วนำไปส่งที่บ้าน (หรือที่เรียกกันว่ารับหิ้ว) ขนมปังครีมนมสดฮอกไกโดของ Little C กันอย่างล้นหลาม และนอกจากแบรนด์ Little C แล้ว ในขณะนี้ก็ยังมียี่ห้อขนมชื่อดังหลายเจ้าที่มีผลิตภัณฑ์ขนมปังไส้ครีมนมสด เช่น ร้าน After You ร้านนี้ขึ้นชื่อเรื่องขนมหวานอย่างฮันนี่โทสต์ คือขนมปัง

อบเนย ทานคู่กับไอศกรีม ภายหลังได้เพิ่มเมนูใหม่เป็นขนมปังนมโสด บรรจุใส่กล่อง ด้านบนโรยด้วยน้ำตาลไอซิ่ง ด้านในเป็นไส้ขนมหวานละมุน ราคากล่องละ 95 บาท แต่จะมีขายบางเวลาและบางสาขาเท่านั้น อีกร้านที่ทำขนมปังไส้ครีมนมสดลักษณะเดียวกับร้าน After You คือร้านนมแก้ว มีเมนูขนมปังไส้ครีมนมสอโกโก้ให้เลือกหลากหลายรสชาติ ได้แก่ รสช็อกโกแลต รสสังขยาใบเตย รสสตอเบอรี่ รสครีมนมชาไทย และรสมันม่วงโกลิโนว่า ราคากล่องละ 90 บาทซึ่งถือเป็นคู่แข่งที่สำคัญของร้านขนมปัง Little C เช่นกัน

จากที่มาและความสำคัญของปัญหาข้างต้นทั้งพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่รักความสะดวกสบาย และความใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น ประกอบกับการเติบโตอย่างต่อเนื่องของตลาดขนมปัง ผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากมีสาขาเฉพาะในกรุงเทพฯ และออกบูธในเขตกรุงเทพฯ เป็นหลัก จึงกำหนดเป็นขอบเขตพื้นที่ในการศึกษา เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง และเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อธุรกิจร้าน Little C By Cakewalk ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

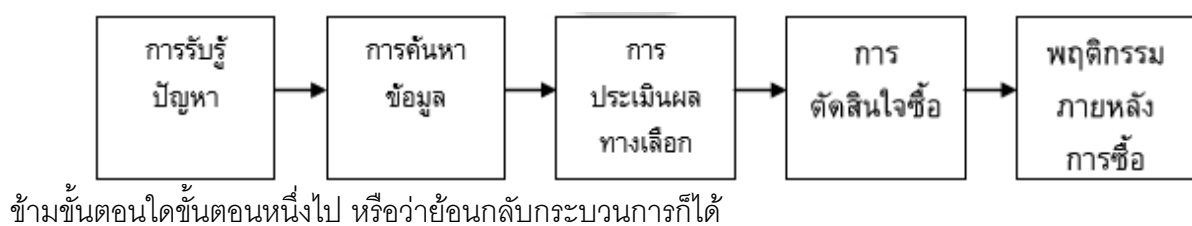
แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปรมะ สตะเวทิน (2546) ได้อธิบายถึงคุณสมบัติเฉพาะของตน ซึ่งแตกต่างกันในแต่ละคน คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสาร อย่างไรก็ตาม ในการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ กันนั้น จำนวนของผู้รับสารก็มี

ปริมาณแตกต่างกันด้วย การวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนน้อยคนนั้นมักมีปัญหาน้อยกว่าการวิเคราะห์ผู้รับสารที่มีจำนวนมาก ดังนั้น วิธีการที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์ผู้รับสารที่ประกอบไปด้วยคนจำนวนมากก็คือการจำแนกผู้รับสารออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามลักษณะประชากร (Demographic Characteristics) ที่มีลักษณะต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ ศาสนา รวมถึงปัจจัยลักษณะอื่น ๆ ซึ่งสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจกับการสื่อสารได้ โดยอยู่ภายใต้แนวความคิดที่ว่า ถ้าบุคคลมีปัจจัยเหล่านั้นแตกต่างกัน ความคิดและการกระทำก็มีแนวโน้มที่จะแตกต่างกันไปด้วย ซึ่งแนวความคิดนี้สามารถนำไปใช้อธิบายปัจจัยของประชากรด้านอื่น ๆ ได้

แนวคิดและทฤษฎีต่อมาคือ ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's) หมายถึง ตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งใด ๆ ที่ต้องการเสนอขายต่อตลาดเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย อาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วย สินค้า (Goods) ทรัพย์สิน (Properties) บริการ (Services) ประสบการณ์ (Experiences) เหตุการณ์ (Events) ความคิด (Idea) บุคคล (Persons) สถานที่ (Places) องค์กร (Organizations) และสารสนเทศ (Information) ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะสามารถขายได้, ราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปของตัวเงิน ราคาเป็นต้นทุน (Cost) ของลูกค้าผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ผลิตภัณฑ์นั้นถ้าคุณค่าสูงกว่าราคา ก็จะตัดสินใจซื้อ, การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ (Attitude) และพฤติกรรมการซื้อ (Buying Behavior) วัตถุประสงค์ของการติดต่อสื่อสารก็เพื่อจูงใจ และเตือนความจำของผู้บริโภค ซึ่งอาจใช้พนักงานขาย (Personal Selling) หรือไม่ใช้พนักงานขาย (Non Personal Selling) เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประการอาจเลือกใช้หนึ่งหรือหลายเครื่องมือผสมผสานกัน เรียกว่า การติดต่อสื่อสารทางการตลาดเชิงองค์รวม (Integrated Marketing Communication หรือ IMC) โดยพิจารณาถึงความเหมาะสมกับลูกค้า ผลิตภัณฑ์ คู่แข่งขัน โดยบรรลุจุดมุ่งหมายร่วมกันได้ และช่องทางการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distributions) โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้เพื่อเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการจากองค์การไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย ก็คือสถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้า ประกอบด้วย การขนส่ง การคลังสินค้า การเก็บรักษาสินค้าคงคลัง จากปัจจัยทั้ง 4 ปัจจัยข้างต้นที่รวมเรียกว่า 4P's นั้นถือได้ว่ามีความสำคัญต่อ

การดำเนินธุรกิจการค้าหรือบริการ หากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งมีความไม่เหมาะสมอาจนำมาซึ่งความเสียหายเปรียบในเชิงการแข่งขันทางธุรกิจได้ ทางผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญที่จะนำปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นนี้มาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการศึกษางานวิจัย เพื่อทราบถึงแนวโน้มและความต้องการในอนาคตของผู้บริโภคที่มีต่อร้านเบเกอรี่ และนำผลการวิจัยที่ได้มาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

รวมถึงแนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ คอตเลอร์ (Kotler Philip, 2018) กล่าวว่าบทบาทสำคัญของจิตวิทยาขั้นพื้นฐานของกระบวนการนั้นจะต้องเข้าใจก่อนว่ากระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นทำกันอย่างไร โดยที่โมเดล 5 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อจะประกอบไปด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ดังแสดงในภาพประกอบ แต่ผู้บริโภคไม่จำเป็นจะต้องทำตามกระบวนการทั้ง 5 ขั้นตอนตามลำดับก็ได้ บางครั้งอาจจะ



โมเดล 5 ขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ

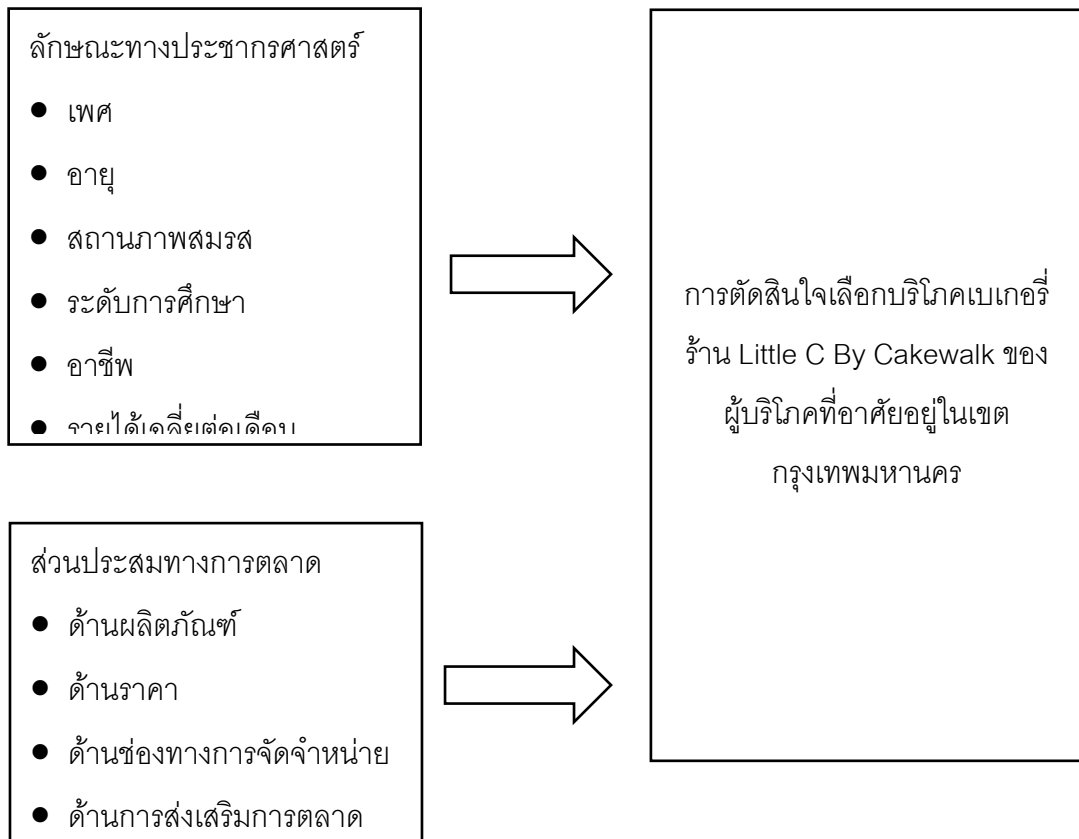
จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ, อายุ, สถานภาพสมรส, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้ต่อเดือน และส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์, ด้านราคา, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือบริโภคสินค้า ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย โดยแบ่งเป็นตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม เป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัยนี้

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ส่วนประสมทางการตลาด และกระบวนการตัดสินใจ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม ตามแผนภาพด้านล่างนี้

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



กรอบแนวความคิดในงานวิจัย (ที่มา: ปรับปรุงจากทฤษฎีของปรมะ สตะเวทิน, 2546 และศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552)

ระเบียบวิธีดำเนินงาน

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk และอาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของจำนวนผู้บริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร ดังนั้น ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณแบบไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรกำหนดขนาดตัวอย่างของ W.G.Cochran (1953) หลังจากได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบคุณภาพและความน่าเชื่อถือ โดยการนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์มอบให้ผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามว่า มีเนื้อหาครอบคลุมตามนิยามที่กำหนด โดยพิจารณาจากค่าดัชนี ความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับ

จุดประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรม สถิติสำเร็จรูปเพื่อการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ลักษณะของ ประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ T-test ใช้ วิเคราะห์ตัวแปร 2 ตัว ได้แก่ ผู้บริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีเพศแตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk แตกต่างกัน, One way ANOVA ใช้วิเคราะห์ตัวแปรตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป ได้แก่ ผู้บริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2, Multiple Regression Analysis (MRA) ใช้วิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือก บริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษา ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8, มีช่วงอายุระหว่าง 25 - 34 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5, สถานภาพโสด จำนวน 291 คน คิดเป็นร้อยละ 72.8, จบการศึกษา ระดับปริญญาตรี จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.3, ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38 และมีรายได้ 10,001-20,000 บาท จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8

จากการศึกษา ระดับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร มีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 ส่วนประสมทางการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านราคา มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 รองลงมาได้แก่ด้าน ผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 และด้านการ ส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ในข้อเบเกอรี่มีรสชาติอร่อย เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ มี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 รองลงมาได้แก่ เบเกอรี่มีความสดใหม่สม่ำเสมอ, เบเกอรี่มีความสะอาด ถูกหลัก

อนามัย และร้าน Little C By Cakewalk เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41, 4.38 และ 4.29 ตามลำดับ ส่วนข้อ เเบเกอร์มีให้เลือกลากหลายรสชาติ มีอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ราคามีความเหมาะสมกับรสชาติความอร่อย, ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของเบเกอร์, ราคามีความเหมาะสมกับปริมาณของเบเกอร์, ราคามีความเหมาะสมกับบริการที่ได้รับ และราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับร้านอื่น ๆ อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.48, 4.46, 4.41, 4.36 และ 4.30 ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ในข้อสถานที่ตั้งของร้านสะดวกต่อการไปใช้บริการ เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 ส่วนข้อที่ว่า ระยะเวลาในการเปิด-ปิดร้านมีความเหมาะสม, บ้ายร้านสังเกตเห็นได้ง่าย, มีที่จอดรถอย่างเหมาะสมกับสถานที่ และร้าน Little C By Cakewalk มีจำนวนสาขามาก หาซื้อเบเกอร์ได้ง่าย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19, 4.15, 4.05, 3.92 ตามลำดับ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 เมื่อทำการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การโฆษณาผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ อย่างทั่วถึง เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 รองลงมาได้แก่ มีรายการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น บัตรสมาชิก ส่วนลด สะสมแต้ม เป็นต้น มีโปรแกรมส่งเสริมการขายที่หลากหลาย และการจัดกิจกรรมในโอกาสพิเศษอย่างสม่ำเสมอ เช่น ปีใหม่ สงกรานต์ วาเลนไทน์ เป็นต้น อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.70, 3.70 และ 3.69 ตามลำดับ

จากการศึกษา การตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอร์ร้าน Little C By Cakewalk ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า มีการตัดสินใจโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 และเมื่อทำการพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชื่อเสียงของร้าน Little C By Cakewalk มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอร์ของท่าน และการตัดสินใจซื้อเบเกอร์ในครั้งถัดไป ท่านจะซื้อเบเกอร์จากร้าน Little C By Cakewalk เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 รองลงมาได้แก่ การประชาสัมพันธ์สินค้าและการอัปเดตข้อมูลอย่างสม่ำเสมอมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเบเกอร์จากร้าน Little C By Cakewalk มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.19 อยู่ในระดับมาก บ้ายร้านสังเกตเห็นได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 อยู่ในระดับมาก ท่านได้เปรียบเทียบกับร้านเบเกอร์อื่นก่อนตัดสินใจซื้อเบเกอร์จากร้าน Little C By Cakewalk มีค่าเฉลี่ย

เท่ากับ 3.98 และท่านได้มีการหาข้อมูลก่อนตัดสินใจซื้อเบเกอรี่จากร้าน Little C By Cakewalk มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 อยู่ในระดับมาก

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน	
	ยอมรับ	ไม่ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน ตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk แตกต่างกัน		✓
สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน ตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk แตกต่างกัน	✓	
สมมติฐานที่ 3 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk แตกต่างกัน		✓
สมมติฐานที่ 4 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk แตกต่างกัน	✓	
สมมติฐานที่ 5 ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน ตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk แตกต่างกัน	✓	
สมมติฐานที่ 6 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk แตกต่างกัน	✓	
สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk แตกต่างกัน	✓	

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน ตัดสินใจเลือกบริโภคบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน ตัดสินใจเลือกบริโภคบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

สมมติฐานที่ 3 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน ตัดสินใจเลือกบริโภคบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาต่างกัน ตัดสินใจเลือกบริโภคบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

สมมติฐานที่ 5 ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน ตัดสินใจเลือกบริโภคบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

สมมติฐานที่ 6 ผู้บริโภคที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน ตัดสินใจเลือกบริโภคบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

สมมติฐานที่ 7 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4 P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย รวมถึงปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ข้อมูลเหล่านี้ นำไปสู่ข้อเสนอแนะในการวิจัย ดังนี้

1. ผลการวิจัยสามารถเป็นแนวทางให้ผู้ศึกษา รวมถึงผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ให้คำนึงถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk เพื่อ

ปรับกลยุทธ์ทางการตลาด เจาะกลุ่มตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภค เช่น ออกผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุระหว่าง 25 - 34 ปี หรือออกไปโรมันชั้นเพิ่มเติมสำหรับลูกค้าที่มีรายได้ปานกลาง

2. ผลการวิจัยทำให้ผู้ผลิตรับรู้แนวโน้มและความต้องการในอนาคตของผู้บริโภคที่มีต่อร้านเบเกอรี่ เช่น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ กรณีที่ต้องการคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ผู้ผลิตก็ควรคำนึงถึงราคาของสินค้า ควบคุมให้ราคาเท่าเดิม หรือควบคุมให้พอเหมาะ และเป็นแนวทางให้กับผู้ผลิตเบเกอรี่รายอื่น ๆ มาศึกษาเพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาวิเคราะห์กลยุทธ์ เช่น การวิเคราะห์ SWOT และการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนในการวางแผนปรับปรุง พัฒนารูกรักร้านเบเกอรี่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P's เป็นศึกษาส่วนประสมทางการตลาด 7P's เพื่อให้งานวิจัยได้ผลที่ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์มากขึ้น

3. ศึกษาในพื้นที่อื่นเพิ่มเติม เช่น ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเบเกอรี่ร้าน Little C By Cakewalk ของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตปริมณฑล เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). **เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 8)**. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.

ตลาดเบเกอรี่ กินก็ที่ไม่เคยเบื่อ ถ้าเพื่อสุขภาพจะยิ่งขายดี, (2560). จาก <http://foodbizs.com>. สืบค้นเมื่อ

2

พฤศจิกายน 2564

ทิพย์วัลย์ สีจันทร์และคณะ. (2556). **การคิดและการตัดสินใจ**. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏ สอนดุสิต.

บุญใจ ศรีสถิตยน์วารุ. (2550). **ระเบียบวิธีการวิจัยทางพยาบาลศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่4)**. กรุงเทพฯ: ยูแอนด์ไอ อินเทอร์เน็ตเดีย.

ปรมะ สตะเวทิน. (2541). **การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี**. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.

_____. (2546). **หลักนิเทศศาสตร์**. กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2546). **การบริหารการค้าปลีก**. กรุงเทพฯ : ไดมอนด์ บิสซิเนสเวิร์ล.
- _____. (2550). **กลยุทธ์การตลาดและการบริหารเชิงกลยุทธ์โดยมุ่งที่ตลาด**.
กรุงเทพฯ: ดวงกลมสมัย.
- _____. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ลิทเทอริพัฒนา.
- สุภาวศ์ จันทวานิช. (2549). **วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 14)**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2552). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- อดุลย์ จากตรงคุณ. (2560). **การจัดซื้อ**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุตสาหกรรมเบเกอรี่, (2559). จาก <https://www.nfi.or.th/news-letter.php>. สืบค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2564
- Cronbach, L. J. (1990). **Essentials of psychological testing (5th ed.)**. New York: Harper Collins Publishers.
- Kotler, P. (2018). **Marketing (Model of Buyer Behavior)**. New South Wales: Pearson Education Australia.
- Kotler, Philip and Keller Lane Kevin. (2016). **Marketing Management**. Global Edition. England: Pearson Education.
- W.G. Cochran. (1953). **Sampling Techiques**. New York: John Wiley & Sons. Inc.

แนวทางการใช้พลังงานชีวมวลในครัวเรือนของชุมชนบ้านภูเงิน

ตำบลเฝ้าไร่ อำเภอเฝ้าไร่ จังหวัดหนองคาย

Guidelines for the use of biomass in households

in Ban PhuNgern Community,

Phao Rai Sub-district, Phao Rai District, NongKhai Province.

กริช ว.ศิริ และวงศ์สถิตย์ วิสุภี

Ghrij Vor.siri and Wongsatit Wisupee

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาการใช้พลังงานเตาชีวมวลในครัวเรือน 2) แนวทางการพัฒนาการใช้พลังงานเตาชีวมวลในครัวเรือน และ 3) ผลการพัฒนาการใช้พลังงานเตาชีวมวลในครัวเรือนของชุมชนบ้านภูเงิน ตำบลเฝ้าไร่ อำเภอเฝ้าไร่ จังหวัดหนองคาย ใช้วิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ประชากรผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 23 ราย เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดเวทีประชาคม และการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ วิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า

สภาพปัญหาและความต้องการพัฒนาการใช้พลังงานชีวมวลในครัวเรือนของชุมชนบ้านภูเงิน พบว่า 1) สภาพปัญหา ดังนี้ (1) ด้านสิ่งแวดล้อม เกิดปัญหาด้านมลภาวะเป็นพิษ (2) ด้านเศรษฐกิจค่าแก๊สหุงต้มมีราคาเพิ่มสูงขึ้น (3) ด้านพลังงาน เป็นการใช้พลังงานอย่างสิ้นเปลือง 2) ความต้องการใช้พลังงานชีวมวล ดังนี้ (1) ชาวบ้านมีความต้องการ และมีความพร้อมในการใช้พลังงานชีวมวล (2) ชาวบ้านมีเศษกิ่งไม้ในชุมชนอย่างเพียงพอ (3) ชาวบ้านมีความต้องการใช้เทคโนโลยี (4) ชาวบ้านต้องการจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในการผลิตเตาชีวมวล

แนวทางการพัฒนาการใช้พลังงานชีวมวลในครัวเรือนของชุมชนบ้านภูเงิน พบว่า การจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ดังนี้ 1) การบรรยาย/สาธิต 2) การผลิตเตาชีวมวล มี 3 ขั้นตอน คือ (1) การวางแผนการผลิต (2) การดำเนินการผลิต (3) การทดสอบประสิทธิภาพ

ผลการพัฒนาการใช้พลังงานชีวมวลในครัวเรือนของชุมชนบ้านภูเงิน พบว่า 1) การพึ่งตนเองด้านสิ่งแวดล้อม ชุมชนสะอาด และมีสภาพแวดล้อมดีขึ้น 2) การพึ่งตนเองด้านพลังงาน ชาวบ้านลดการใช้พลังงานแก๊สหุงต้ม เป็นการประหยัดพลังงานช่วยชาติ และ 3) การ

พึ่งตนเองด้านเศรษฐกิจ ชาวบ้านสามารถลดรายจ่ายและเพิ่มรายได้ จากการใช้เตาชีวมวลควบคู่กับการใช้แก๊สหุงต้ม

คำสำคัญ : พลังงานชีวมวล ; แนวทางการใช้พลังงานชีวมวล ; การพึ่งตนเอง

Abstract

The objectives of this research were to study: 1) problems and needs for the development of household biomass stove energy consumption, 2) guidelines for the development of household biomass stove energy consumption, and 3) the results of the development of household biomass stove energy consumption in the home community in PhuNgern, Phao Rai Sub-district, Phao Rai District, NongKhai Province. The using action research method with the population of 23 key informants. Data collection tools were observation form and in-depth interview form by organizing a community forum and workshops. Data was analyzed by the method of content analysis, and the results of the research showed that

Problems and demands for the development of biomass energy consumption in the households of Ban PhuNgoen community were found: 1) The following problems: (1) Environment, there was a problem of toxic pollution, (2) The economy, the cost of cooking gas is increased, (3) The energy is a waste of energy; 2) The demand for biomass energy was found as follows: (1) The villagers have demands and readiness to use biomass energy, (2) villagers have enough tree branches in the community, (3) villagers need to use technology, (4) villagers want to organize a workshop in biomass furnace production.

The development of guidelines for the use of biomass in households in Ban PhuNgoen community, it was found that the workshops were organized as follows: 1) Lecture/demonstration, 2) Biomass furnace production consisting of 3 steps: (1) Production planning, (2) Production operations, (3) Performance testing

The development of the use of biomass in the households of Ban PhuNgoen community, it was found that 1) Environmental self-sufficiency, cleaner community and better environment, 2) Energy self-sufficiency, villagers reduce the use of cooking gassaving energy to help the nation, and 3) economic self-sufficiency, villagers can

reduce expenses and increase income from the use of biomass stoves coupled with the use of cooking gas.

Keywords: Biomass energy ; guidelines for using biomass; self-sufficiency

บทนำ (ที่มาและความสำคัญของปัญหา)

พลังงานมีความสำคัญต่อชีวิตในโลก เป็นรากฐานสำคัญที่ทำให้ชีวิตเจริญเติบโต เคลื่อนไหว ทำงานและก้าวหน้าไป ไม่มีอะไรเลยในโลกที่ไม่เกี่ยวข้องกับพลังงาน ดังนั้นหากขาดเสียซึ่งพลังงาน ทั้งเราและโลกคงจะต้องเผชิญกับสถานการณ์เลวร้ายที่ใหญ่หลวงยิ่ง (คณะกรรมการมูลนิธิโลกสีเขียว และกลุ่มบริษัท เอสเอสพี, ม.ป.ป., : 10) ปัจจุบันวิกฤตการณ์ด้านเชื้อเพลิง เป็นปัญหาที่หลายประเทศต่างได้รับผลกระทบโดยทั่วกัน โดยเฉพาะด้านราคาที่น่าวันจะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น หลายประเทศพยายามลดผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจ ด้วยวิธีการจัดหาพลังงานทางเลือกมาทดแทน เช่น พลังงานชีวมวล พลังงานแสงอาทิตย์ และพลังงานลม เป็นต้น สำหรับประเทศไทยการใช้พลังงานทดแทนจากชีวมวลจะเป็นทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด (กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงานกระทรวงพลังงาน,ม.ป.ป. : 19) ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมมีความเหมาะสมในการเพาะปลูกพืชชนิดต่างๆ ได้ตลอดทั้งปีได้แก่ ข้าว ข้าวโพด อ้อย ปาล์ม มันสำปะหลัง ยางพารา หลังจากการเก็บเกี่ยวผลผลิตแล้วจะมีเศษวัสดุเหลือใช้ต่างๆ เช่น ฟางข้าว แกลบ ช้างข้าวโพด กากอ้อย เหง้ามันสำปะหลัง ซึ่งเป็นส่วนที่มีศักยภาพในการผลิตพลังงานชีวมวล แต่เกษตรกรส่วนใหญ่มักจะปล่อยให้ทิ้งไว้ในพื้นที่เพาะปลูกหรือเผาเพื่อความสะดวกในการกำจัดซึ่งโดยก่อให้เกิดมลพิษทางสิ่งแวดล้อมและปัญหาหมอกควันส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของประชาชนเป็นอย่างมาก (วรจิตต์ เศรษฐสุวรรณค์, วรพจน์ โปธาเจริญ และรุ่งนภา จุลศักดิ์, 2561: 2)

ชุมชนบ้านภูเงิน หมู่ที่ 11 ตำบลเฝ้าไร่ อำเภอเฝ้าไร่ จังหวัดหนองคาย ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ในการดำเนินชีวิตประจำวันของคนในชุมชนนั้นก็เหมือนกับชุมชนอื่นๆ ทั่วไปคือต้องอาศัยปัจจัยสี่ในการดำรงชีวิต ซึ่งประกอบด้วย อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่ม และยารักษาโรค แต่ปัจจัยสี่ที่ต้องมีต้องใช้ประโยชน์และทำขึ้นมาใหม่ทุกวัน คือ “อาหาร” และในการที่จะทำอาหารขึ้นมาใหม่ทุกวันนั้นต้องมีวัตถุดิบ อุปกรณ์ เครื่องมือ และวัตถุดิบเชื้อเพลิงให้ความร้อนในการประกอบอาหาร ดังนั้น ชุมชนบ้านภูเงินทุกครัวเรือน ใช้แก๊สหุงต้ม (LPG) เป็นวัตถุดิบเชื้อเพลิงหลักในการประกอบอาหาร ปัจจุบันแก๊สหุงต้มที่ใช้ประกอบอาหารในครัวเรือนมีราคาสูงขึ้นเรื่อยๆ จึงส่งผลกระทบต่อกรดำเนินชีวิตของคนในชุมชน ชาวบ้านจึงต้องหาวิธีการแก้ปัญหาโดยการหันมาใช้เชื้อเพลิงจากวัสดุที่เหลือใช้จากการเกษตร เช่น กิ่งไม้ยางพารา กิ่งไม้ยูคาลิปตัส

ผลปาล์มน้ำมัน เหง้ามันสำปะหลัง เศษไม้จากการตัดแต่งกิ่งไม้ผล เพื่อมาก่อไฟในการหุงหาอาหารซึ่งใช้ทดแทนแก๊สหุงต้มที่มีราคาสูงขึ้นไปเรื่อย ๆ โดยไม่มีแนวโน้มว่าราคาจะลดลง

จากการสัมภาษณ์ชาวบ้าน พบว่า การใช้เชื้อเพลิงจากวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรนี้ ทำให้คนในชุมชนสามารถลดค่าใช้จ่ายจากการซื้อแก๊สหุงต้มได้ เป็นการใช่วัสดุในชุมชนที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด พร้อมทั้งเป็นการน้อมนำแนวความคิดดำเนินชีวิตตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในชุมชน ในการใช้เชื้อเพลิงจากวัสดุชีวมวลจากการเกษตรของชุมชนบ้านภูเงินหมู่ที่ 11 โดยการใช้อั้งโล่ เต่าเหล็กสามขา(เคียง) ซึ่งมีเขม่าควันมาก ให้ความร้อนไม่สม่ำเสมอ ใช้เวลาในการหุงหาอาหารนาน พร้อมทั้งเป็นการสร้างมลภาวะทางสิ่งแวดล้อม รบกวนคนในครอบครัวและเพื่อนบ้านใกล้เคียง ซึ่งสาเหตุทำให้คนในชุมชนไม่นิยมใช้วัสดุชีวมวลจากการเกษตรมาประกอบอาหารภายในบ้านต่างๆ ที่มีความต้องการใช้เชื้อเพลิงเหล่านี้ เพราะไม่ต้องซื้อ สามารถเก็บได้ตามพื้นที่ไร่นา สวนผลไม้หลังบ้าน และในสวนเกษตรของตนเอง เพื่อเป็นการแก้ปัญหาเรื่องมลภาวะจากการใช้พลังงานชีวมวลทดแทน ในการประชุมประจำเดือนของชุมชนบ้านภูเงิน หมู่ที่ 11 เมื่อวันที่ 5 ตุลาคม พ.ศ.2563 ได้นำประเด็นการใช้พลังงานชีวมวลทดแทนการใช้แก๊ส LPG มาสนทนาปรึกษาหารือร่วมกัน พร้อมเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็น และเสนอแนะแนวคิดเกี่ยวกับการใช้พลังงานชีวมวลฟืนทดแทนแก๊สหุงต้ม และจะร่วมมือกันศึกษาเรียนรู้เรื่องการใช้พลังงานชีวมวลฟืน เพื่อทดแทนแก๊สหุงต้ม (LPG) โดยใช่วัสดุเชื้อเพลิงที่ชุมชนมีอยู่ และค้นหาหาวิธีการ หลักการใช้เชื้อเพลิงอย่างมีประสิทธิภาพ ให้มีความร้อนสูง ควันน้อย ไม่สร้างมลภาวะทางสิ่งแวดล้อมในชุมชน กล่าวคือ การผลิตเตาชีวมวลแบบใช้ฟืน เพื่อเป็นการพึ่งพาตนเองด้านพลังงานทางเลือก เพื่อลดค่าใช้จ่ายและเพิ่มรายได้ในครัวเรือนตามปรัชญาแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญและความจำเป็นขั้นพื้นฐานของชุมชน จึงสนใจได้ศึกษาค้นคว้าแนวทางการใช้พลังงานจากการผลิตเตาชีวมวลแบบใช้ฟืนในครัวเรือน เพื่อให้ชุมชนบ้านภูเงินเป็นสังคมแห่งการพึ่งพาตนเอง มีพลังงานชีวมวลหมุนเวียนใช้อย่างยั่งยืน และเป็น การดำเนินชีวิตตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีเป้าหมายเพื่อลดรายจ่ายและเพิ่มรายได้แก่ครัวเรือน เป็นการพึ่งพาตนเองด้านสิ่งแวดล้อม พลังงาน และเศรษฐกิจต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. วัตถุประสงค์การวิจัย

1.1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาการใช้พลังงานเตาชีวมวลในครัวเรือนของชุมชนบ้านภูเงิน ตำบลเฝ้าไร่ อำเภอเฝ้าไร่ จังหวัดหนองคาย

1.2 เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการใช้พลังงานเตาชีวมวลในครัวเรือนของชุมชนบ้านภูเงิน ตำบลเฝ้าไร่ อำเภอเฝ้าไร่ จังหวัดหนองคาย

1.3 เพื่อศึกษาผลการพัฒนาการใช้พลังงานเตาชีวมวลในครัวเรือนของชุมชนบ้านภูเงิน ตำบลเฝ้าไร่ อำเภอเฝ้าไร่ จังหวัดหนองคาย

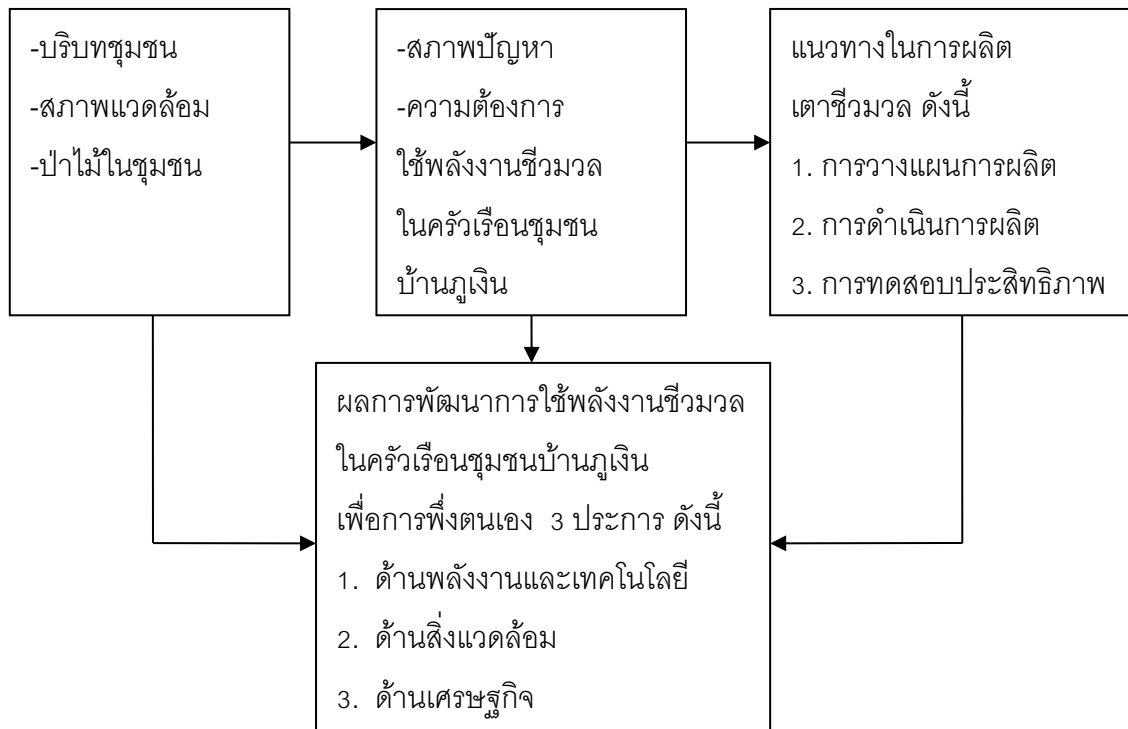
2. แนวคิดและทฤษฎี ดังนี้

2.1 แนวคิดพลังงานชีวมวล เป็นพลังงานที่ได้จากวัตถุทางธรรมชาติหรือสิ่งมีชีวิต รวมถึงองค์ประกอบของสิ่งมีชีวิต เป็นเศษวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตร เช่น เศษกิ่งไม้ เหง้ามันสำปะหลัง ชานอ้อย แกลบ และปาล์มน้ำมัน เป็นต้น

2.2 แนวคิดแนวทางการใช้พลังงานชีวมวล เป็นการผลิตเตาชีวมวลขนาดเล็กสำหรับครัวเรือน เป็นเตาที่สร้างขึ้นเพื่อใช้สำหรับการหุงต้ม โดยใช้ชีวมวลเป็นเชื้อเพลิง เช่น เศษกิ่งไม้ ฟืน เหง้ามันสำปะหลัง และชานอ้อย เป็นต้น มีหลักการทำงานเช่นเดียวกับระบบผลิตแก๊สเชื้อเพลิงจากชีวมวลแบบอากาศไหลขึ้นในที่ที่จำกัดปริมาณอากาศ เพื่อเปลี่ยนเชื้อเพลิงแข็งให้กลายเป็นแก๊สเชื้อเพลิงที่สามารถติดไฟได้ นอกจากนี้กระบวนการผลิตเตาชีวมวล มี 3 ขั้นตอน คือ 1) การวางแผนการผลิต 2) การดำเนินการผลิต 3) การทดสอบประสิทธิภาพ

2.3 แนวคิดการพึ่งตนเอง เป็นความสามารถขึ้นอยู่กับตัวตนเอง พึ่งตนเองให้ได้มากที่สุด ไม่เป็นภาระของใคร สามารถคิดเองได้และตัดสินใจได้ จัดระบบชีวิตของตนเองให้มีความสุขและสัมพันธ์กับคน ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ดำเนินชีวิตอย่างพอเพียงด้วยปัจจัยสี่ และสามารถพึ่งตนเองได้อย่างน้อย 3 ประการ คือ 1) ด้านสิ่งแวดล้อม 2) ด้านพลังงานและเทคโนโลยี 3) ด้านเศรษฐกิจ

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ชุมชนบ้านภูเงิน หมู่ที่ 11 ตำบลเฝ้าไร่ อำเภอเฝ้าไร่ จังหวัดหนองคาย จำนวน 40 ครัวเรือน ตลอดถึงผู้นำชุมชน

1.2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จากตัวแทนประชากรและสมัครใจยินดีเข้าร่วมกระบวนการวิจัยในครั้งนี้ จำนวน 23 คน ดังนี้ 1) ผู้ใหญ่บ้าน 1 คน 2) เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลเฝ้าไร่ /วิทยากรผลิตเตาชีวมวลพื้น 1 คน 3) วิทยากรผลิตเตาชีวมวลพื้น 1 คน 4) ชาวบ้าน 20 คน

2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บข้อมูลจากหนังสือ ตำรา เอกสาร บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับชื่อเรื่อง

2.2 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บข้อมูลจากภาคสนาม ดังนี้

2.2.1 แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้างที่มีแนวคำถามและประเด็นหลักตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วย สภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาการใช้พลังงานเตาชีวมวลในครัวเรือนของชุมชนบ้านภูเงิน ตำบลเฝ้าไร่ อำเภอเฝ้าไร่ จังหวัดหนองคาย แนวทางการ

พัฒนาการใช้พลังงานเตาชีวมวลในครัวเรือนของชุมชนบ้านภูเงิน ตำบลเฝ้าไร่ อำเภอเฝ้าไร่ จังหวัดหนองคาย และผลการพัฒนาการใช้พลังงานเตาชีวมวลในครัวเรือนของชุมชนบ้านภูเงิน ตำบลเฝ้าไร่ อำเภอเฝ้าไร่ จังหวัดหนองคาย

2.2.2 แบบสังเกต เป็นการสังเกตสภาพแวดล้อมของชุมชน ไม้พิน พฤติกรรมการเผาถ่าน การใช้เตาถ่านและถังแก๊ส LPG และสังเกตการผลิตเตาชีวมวล

2.2.3 การจัดเวทีประชาคม เป็นการเก็บข้อมูลจากการระดมความคิดของชาวบ้านโดยสะท้อนสภาพปัญหาและความต้องการใช้พลังงานทดแทนและเทคโนโลยีในชุมชน

2.2.4 การอบรมเชิงปฏิบัติการในการผลิตเตาชีวมวลโดยเชิญวิทยากรบรรยายองค์ความรู้การผลิตเตาชีวมวล การสาธิตและฝึกปฏิบัติจริง จากถ่านน้ำยาแอร์เก่ามาผลิตเป็นเตาชีวมวล

3. การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอข้อมูล โดยวิธีการพรรณนา โดยจัดหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลบริบทชุมชน ด้านความเป็นมา การประกอบอาชีพด้านเศรษฐกิจ การใช้พลังงานหุงต้มในครัวเรือน 2) วิเคราะห์ข้อมูลจากการจัดเวทีประชาคม สภาพปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมด้านพลังงาน และด้านเศรษฐกิจของชุมชน และความต้องการในการพัฒนาการใช้พลังงานของชุมชน 3) วิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการพัฒนาการใช้พลังงานชีวมวลในครัวเรือนของชุมชนบ้านภูเงินด้วยการอบรมเชิงปฏิบัติการผลิตเตาชีวมวล 4) วิเคราะห์ข้อมูลผลการพัฒนาการใช้พลังงานเตาชีวมวลในครัวเรือนผู้การพึ่งตนเองของชุมชนด้านสิ่งแวดล้อม ด้านพลังงานและเทคโนโลยี และด้านเศรษฐกิจ

ผลการวิจัย

1. สภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาการใช้พลังงานเตาชีวมวลในครัวเรือนของชุมชนบ้านภูเงิน ตำบลเฝ้าไร่ อำเภอเฝ้าไร่ จังหวัดหนองคาย

1.1 สภาพปัญหา จากการสัมภาษณ์ การสังเกต สรุปได้ดังนี้ 1) ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ชุมชนบ้านภูเงินมีสภาพแวดล้อมอุดมสมบูรณ์พอสมควร มีวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรให้ชาวบ้านนำมาเป็นเชื้อเพลิงในการประกอบอาหารผสมผสานกับการใช้แก๊ส LPG ควบคู่กันไปชุมชน มีไม้ประเภทเบญจพรรณ ทั้งไม้เนื้ออ่อนและเนื้อแข็ง เช่น ไม้เต็ง ไม้รัง ไม้แดง ไม้กระถิน ไม้มะขาม ไม้มะม่วง สอนยางพารา ไม้ยูคาลิปตัส เป็นต้น ชาวบ้านหลายครัวเรือนนำเศษไม้ต่างๆ มาเผาถ่านและใช้เป็นเชื้อเพลิงหุงอาหารส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในชุมชน กลิ่นเหม็น คว้นฟุ้งกระจายไปทั่ว เกิดมลพิษทางอากาศ เพิ่มภาวะโลกร้อน 2) ปัญหาด้านเศรษฐกิจ

จากสถานการณ์น้ำมันเชื้อเพลิงมีราคาปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อแก๊สหุงต้ม LPG มีการเพิ่มราคาตามไปด้วย ชาวบ้านเริ่มหาทางออกต้องการใช้พลังงานทดแทน 3) ปัญหาด้านพลังงานและเทคโนโลยี พบว่า เต่าฟืน เต่าถ่าน (อั้งโล่) มีประสิทธิภาพการทำงานต่ำ ทำให้สูญเสียไม้ฟืนสูงใช้พลังงานชีวมวลมาก ชาวบ้านหลายครัวเรือนที่ใช้แก๊สหุงต้มควบคู่กับการใช้เตาธรรมดาแบบอั้งโล่ทั้งใช้ฟืนและถ่าน ส่งผลทำให้ใช้พลังงานมากยิ่งขึ้น

1.2 ความต้องการใช้พลังงานเตาชีวมวลในครัวเรือนจากการจัดเวทีประชาคม ชาวบ้าน สรุปได้ดังนี้ ชาวบ้านมีมติเห็นชอบร่วมกันในการพัฒนาชุมชนด้านเทคโนโลยีผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการให้พลังงานทดแทนคือ การผลิตเตาชีวมวล เป็นเทคโนโลยีที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ท่าง่ายใช้คล่อง ประหยัดสุดประโยชน์สูง และชาวบ้านต้องการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการในการผลิตเตาชีวมวลด้วยการนำถังน้ำยาแอร์เก่าที่ไม่ใช้แล้วมาประยุกต์เป็นเตาชีวมวลแบบใช้ฟืน

2. แนวทางการพัฒนาการใช้พลังงานเตาชีวมวลในครัวเรือนของชุมชนบ้านภูเงิน ตำบลเผ่าไร่ อำเภอเผ่าไร่ จังหวัดหนองคาย

การจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ในการผลิตเตาชีวมวลไว้ใช้ในครัวเรือนโดยได้กำหนดการ วันที่ 5 กันยายน พ.ศ.2564 ที่ศาลาประชาคมหมู่บ้านภูเงิน เวลา 09.00–15.00 น. มีวิทยากร 3 คน และชาวบ้าน 40 คน รวม 43 คน ซึ่งมีหลักการปฏิบัติ 2 กิจกรรม ได้แก่ ประการแรก วิทยากรบรรยาย และสาธิตให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้กระบวนการเรียนรู้ไปพร้อมๆ กัน ประการที่สอง กิจกรรมการผลิตเตาชีวมวล โดยมีขั้นตอนการผลิต 3 ประการ ดังนี้ การวางแผนการผลิต การผลิตและการทดสอบประสิทธิภาพ สรุปได้ดังนี้วิทยากรได้บรรยายถึงวัสดุและอุปกรณ์แต่ละประเภทที่ใช้ในการผลิตเตาชีวมวล โดยมีเตาชีวมวล 6 ประเภท ได้แก่ 1) เต่ากลบ 2) เต่าจรวดจากท่อสแตนเลส 3) เต่าจรวดจากท่อเหล็กกล่อง 4) เต่าจากปืบและถังสี 5) เต่าชีวมวลจากถังน้ำยาแอร์ 6) เต่าชีวมวลโบล วิทยากรได้บรรยายรายละเอียดของเตาชีวมวลแต่ละประเภท ซึ่งเตาชีวมวลที่มีราคาต้นทุนในการผลิตน้อยที่สุด ได้แก่ เต่าชีวมวลจากถังน้ำยาแอร์ โดยเฉลี่ยประมาณ 100 บาท ดังนั้น ชาวบ้านมีข้อสรุปตรงกันคือ ต้องการผลิตเตาชีวมวลจากถังน้ำยาแอร์ เป็นการประหยัดต้นทุนในการผลิต ราคาไม่แพง วัสดุอุปกรณ์หาได้ง่ายในชุมชน จึงตัดสินใจเลือกเตาชีวมวลจากถังน้ำยาแอร์ ขั้นตอนการผลิตเตาชีวมวล 3 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การวางแผนการผลิต ได้แก่ การวางแผนเรื่องคนหรือบุคลากร เป็นเป้าหมายแรกของการผลิตเตาชีวมวล กลุ่มเป้าหมายคือใคร จำนวนกี่คน ที่เข้ารับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ มีการบรรยาย/สาธิต/ฝึกปฏิบัติจริง และใช้เวลาในการอบรมกี่วันการวางแผนเรื่องเงิน โดยเน้นใช้เงินให้น้อยที่สุด

การวางแผนวัสดุอุปกรณ์ เน้นใช้วัสดุที่มีในชุมชน 2) การผลิต แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่ วัสดุและอุปกรณ์การผลิต และขั้นตอนการผลิต สรุปได้ดังนี้วัสดุและอุปกรณ์สำหรับทำเตาชีวมวล 1 ตัว ประกอบด้วย (1) ถังน้ำยาแอร์รี่แล้ว (ทำเสียเตา)ราคา 50 บาท (2) ไม้กาทัดน้ำไฟฟ้าเก่า (ทำใส่เตา) ราคา 10บาท (3) เศษเหล็กใช้ทำขาเตา และขาตั้งหม้อราคา 10 บาท (4) ค่าวัสดุ อุปกรณ์เครื่องมือ เช่น หินเจียร์ ราคา 20 บาท ดังนั้นรวมค่าวัสดุอุปกรณ์ไม่รวมค่าแรงงาน (ทำใช้กันเอง) ประมาณ 90 บาท 3) ขั้นตอนการผลิตเตาชีวมวลจากถังน้ำยาแอร์รี่ ดังนี้ (1) เจาะถังน้ำยาแอร์รี่ด้านบนให้มีขนาดเท่ากับส่วนกันของหม้อกาทัดน้ำไฟฟ้า (2) เจาะกันหม้อกาทัดน้ำไฟฟ้า ๑ ขนาด 1 ซม. ให้เป็นรังผึ้ง แล้ววัดจากปากหม้อลงมา 4 ซม. และ 6 ซม. เจาะรูด้านข้าง ๑ ขนาด 3 มม. ห่างกัน 1 ซม. โดยรอบ จากนั้นวัดจากกันหม้อ 2 ซม. และ 4 ซม. แล้วเจาะรูให้เหมือนกันกับด้านบน (3) ด้านล่างถังน้ำยาแอร์รี่บริเวณสุดส่วนโค้งเจาะรูรูปลี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาด 5*8 ซม. เพื่อเป็นทางอากาศเข้า (4) ตัดเหล็กกล่องขนาด 1*1 นิ้ว ยาว 20 ซม. 3 ท่อน เชื่อมติดกับถังน้ำยาแอร์รี่ทำเป็นขาเตา(5) นำหม้อกาทัดน้ำไฟฟ้าที่เตรียมไว้สวมใส่ถังน้ำยาแอร์รี่(6) นำขาเตาสำหรับตั้งหม้อปรุงอาหารวางบนถังน้ำยาแอร์รี่ (7) เสร็จแล้วสามารถนำเตาชีวมวลไปใช้ประโยชน์ได้ 3) การทดสอบประสิทธิภาพ พบว่า ประสิทธิภาพการทำงานของเตาชีวมวลไม้ฟืน จากเศษไม้ฟืนยูคาลิปตัส ดังนี้ (1) เรียงไม้ฟืนลงในใส่เตาชั้นใน (2) จุดไฟจากด้านบนแล้วใส่ขาเตา(3)เมื่อไฟติดดีแล้วนำภาชนะเติมน้ำ 1 ลิตร มาตั้งต้มไข่ 10 ฟอง และเริ่มจับเวลา (4) น้ำเดือดภายในเวลา 8 นาที

3. ผลการพัฒนาการใช้พลังงานเตาชีวมวลในครัวเรือนของชุมชนบ้านภูเงิน ตำบลเฝ้าไร่ อำเภอเฝ้าไร่ จังหวัดหนองคาย

3.1 การพึ่งตนเองด้านสิ่งแวดล้อม ชุมชนสะอาด และมีสภาพแวดล้อมดีขึ้น การใช้เตาชีวมวลแบบฟืน เป็นการกำจัดเศษไม้ต่างๆ ในชุมชนบ้านภูเงิน เช่น เศษไม้ยางพารา เศษไม้ยูคาลิปตัส เป็นต้น เมื่อชาวบ้านมีเตาชีวมวลแบบใช้ฟืน ชาวบ้านพากันไปตัดแต่งกิ่งไม้ตามริมข้างทางหรือเศษกิ่งไม้จากภาครัฐที่เข้าไปตัดแต่งกิ่งไม้ในชุมชน จากนั้นนำไปเป็นเชื้อเพลิงเตาชีวมวลส่งผลทำให้ชุมชนสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยมากยิ่งขึ้น

3.2 การพึ่งตนเองด้านพลังงาน ชาวบ้านลดการใช้พลังงานแก๊สหุงต้ม เป็นการประหยัดพลังงานช่วยชาติ เนื่องจากพลังงานเชื้อเพลิงประเภทน้ำมัน แก๊สหุงต้ม เป็นพลังงานสิ้นเปลืองที่ใช้แล้วหมดไป และในอนาคตพลังงานประเภทนี้นับวันลดลงไปอย่างมาก ทำอย่างไรชาวบ้านในชุมชนบ้านภูเงินจึงจะสามารถพึ่งตนเองได้ในด้านพลังงานและเทคโนโลยี จึงเป็นที่มาของการผลิตเตาชีวมวลสำหรับใช้ในครัวเรือน

3.3 การพึ่งตนเองด้านเศรษฐกิจ ชาวบ้านสามารถลดรายจ่ายและเพิ่มรายได้ จากการใช้เตาชีวมวลควบคู่กับการใช้แก๊สหุงต้มจากการสัมภาษณนางเตือนใจ ได้เล่าให้ฟังว่า“...ปกติถึงแก๊สหุงต้ม ราคาอยู่ที่ถังละประมาณ 380-400 บาท บางครอบครัวใช้ถึงแก๊ส ตกเดือนละ 1 ถังหรือบางครอบครัวใช้ถึงละ 2 เดือน และหรือ 3 เดือนต่อถังก็มี ซึ่งแล้วแต่การใช้มากใช้น้อย ถ้าใช้มากค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น แต่บางครอบครัวเน้นการใช้เตาอั้งโล่ธรรมดาควบคู่กับการใช้ถึงแก๊สหุงต้ม ทำให้ประหยัดลงไปอีก อย่างไรก็ตามถ้าใช้เตาชีวมวลยิ่งเพิ่มความประหยัดด้านเศรษฐกิจลงไปอีก...” ดังนั้นถ้าใช้เตาชีวมวลควบคู่ไปกับการใช้ถึงแก๊สหุงต้ม อาจจะยืดเวลาใช้งานนานออกไปเป็น 2-3 เดือน ทำให้สามารถลดค่าใช้จ่ายประมาณ 2 เดือน และสามารถลดค่าใช้จ่ายได้เฉลี่ย จำนวน 800 บาท



ภาพ 1 ชาวบ้านร่วมกันผลิตเตาชีวมวลแบบใช้ฟืนจากถังน้ำยาแอร์เก่า

บทสรุป

1. อภิปรายผลการวิจัย

1.1 สภาพปัญหา และความต้องการพัฒนาการใช้พลังงานเตาชีวมวลในครัวเรือนของชุมชนบ้านภูเงิน ตำบลเฝ้าไร่ อำเภอเฝ้าไร่ จังหวัดหนองคาย

1.1.1 สภาพปัญหาด้านต่างๆ ดังนี้ 1) ด้านสิ่งแวดล้อมหลายครอบครัวส่วนใหญ่ใช้แก๊สหุงต้มควบคู่กับเตาธรรมดาแบบอั้งโล่ (ฟืนและถ่าน) ผลกระทบตามมา คือ กลิ่นเหม็น มีควันไฟที่เป็นอันตรายต่อผู้สูดดมเอาควันเข้าไป อาจจะเสี่ยงต่อการเป็นโรคปอดในระยะยาวได้

และยังเป็นการทำลายบรรยากาศที่ดีในชุมชน ตลอดถึงกลิ่นและควันรบกวนเพื่อนบ้านใกล้เคียง อีกด้วย 2) ด้านเศรษฐกิจเมื่อราคาน้ำมันเชื้อเพลิงปรับตัวสูงขึ้น สินค้าและบริการต่างๆ พากันขยับปรับราคาขึ้นตาม แม้แต่ถังแก๊สหุงต้มเช่นเดียวกัน ชาวบ้านจึงต้องการหาพลังงานทดแทนเพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่าย 3) ด้านพลังงานชาวบ้านภูเงินได้เปรียบกว่าชุมชนแห่งอื่น เนื่องจากมีทรัพยากรประเภทป่าไม้ยังคงอุดมสมบูรณ์ให้ชาวบ้านได้ใช้สอย โดยนำเศษไม้ฟืนมาเป็นเชื้อเพลิงหุงหาอาหารเป็นประจำทุกวันอย่างน้อยช่วยลดค่าใช้จ่ายในครัวเรือนได้บ้าง สอดคล้องกับงานวิจัยของโสภณา ดำรงปิยวุฒิ(2560 : 87-88) พบว่า การลดการนำเข้าเชื้อเพลิงจากต่างประเทศการทดแทนเชื้อเพลิงฟอสซิลที่ใกล้หมด เพื่อยืดอายุการใช้งานเป็นต้นก็ถือว่าพลังงานทดแทนเป็นหนึ่งในทางเลือกที่น่าสนใจที่เราควรจะพัฒนาให้สามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

1.1.2 ความต้องการพัฒนาการใช้พลังงานชีวมวลในครัวเรือน ผู้วิจัยได้เชิญชาวบ้านผู้สนใจใฝ่เรียนรู้เข้าร่วมกระบวนการวิจัยผ่านการจัดเวทีประชาคมหมู่บ้าน จึงได้ข้อสรุปตรงกันว่า ต้องการพัฒนาด้านเทคโนโลยีมาปรับใช้ในชุมชนจึงสมควรร่วมกันคิด ร่วมกันทำเพื่อพัฒนาชุมชนให้ดีขึ้นสอดคล้องกับงานวิจัยของนางณภัศ ตาตะเกษม(2563 : 92-93) พบว่าการรวมคนมีวัตถุประสงค์เพื่อรวมพลังใจ โดยมีวัตถุประสงค์ร่วมกัน มีจิตสำนึกในการแก้ไขปัญหาและพัฒนาหมู่บ้าน และชุมชน ผ่านกระบวนการจัดเวทีประชาคม มีการค้นหาผู้นำ และการรวมคนส่งผลดีก่อให้เกิดความรัก และความสามัคคีในชุมชน นอกจากนี้ชุมชนบ้านภูเงิน มีเศษไม้ชีวมวลจำนวนมากชาวบ้านหลายครัวเรือนที่ทำสวนยางพารา และสวนยูคาลิปตัส ก็จะมีเศษกิ่งไม้พอสสมควรที่จะนำมาเป็นเชื้อเพลิงและใช้ประโยชน์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับพรชัย เอี่ยมสวาย และวิภา ยงประยูร (2560 : 1) กล่าวว่า การนำเตาชีวมวลต้นแบบทั้งสามขนาด ไปใช้หุงต้มในครัวเรือน และหุงต้มในการจำหน่ายอาหารในเชิงธุรกิจและอุตสาหกรรม ทำให้ลดต้นทุนการใช้แก๊สที่เป็นเชื้อเพลิงหุงต้มได้ เพราะฟืนหรือเศษไม้ ที่เป็นเชื้อเพลิงหาได้ง่าย และไม่มีค่าใช้จ่าย

1.2 แนวทางการพัฒนาการใช้พลังงานเตาชีวมวล ในครัวเรือนของชุมชนบ้าน ภูเงิน ตำบลเฝ้าไร่ อำเภอเฝ้าไร่ จังหวัดหนองคายการจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งมี 2 กิจกรรม ดังนี้

1.2.1 การบรรยาย/สาธิต วิทยากรทุกคนได้ร่วมกันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ แนวคิด/หลักการชีวมวลฟืน องค์ความรู้ วัสดุอุปกรณ์ในการผลิตเตาชีวมวล และประเภทของเตาชีวมวลแต่ละชนิด โดยให้ชาวบ้านได้ระดมความคิดว่าต้องการผลิตเตาชีวมวลประเภทใดที่ใช้เงินน้อยที่สุดผลิตง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน และวัสดุอุปกรณ์มีในชุมชน โดยสรุปชาวบ้านมีความเห็นตรงกันว่า ต้องการผลิตเตาชีวมวลจากถังน้ำยาแอร์ สอดคล้องกับการวิจัยของณัฐวุฒิ ดุษฎี และคณะ(2556 : 35) พบว่า ผู้เข้าอบรมมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ความรู้ที่ได้รับสามารถนำไปใช้ประโยชน์ เช่น

ประกอบอาชีพหรือใช้ในชีวิตประจำวันได้มากน้อยแค่ไหน รองลงมาคือเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ เช่น อัยการศึกษานิเทศก์แม่แม่แม่ และแม่ใจในการให้บริการ

1.2.2 การผลิตเตาชีวมวล ดังนี้ 1) การวางแผนการผลิตได้แก่ การวางแผนด้านคนหรือบุคลากร กลุ่มเป้าหมายที่จะมาผลิตเตาคือใคร ก็คน นายช่างเป็นใครบ้าง การวางแผนด้านเงิน โดยให้ทุนเท่าไร การวางแผนวัสดุอุปกรณ์ ช่วยกันวิเคราะห์ว่า วัสดุอุปกรณ์ที่ไม่ต้องซื้ออะไรบ้าง เช่น หินเกีย ตู้เชื่อม ค้อนตีตะปู เป็นต้น 2) การผลิตมีขั้นตอนการผลิต 7 ขั้นตอน และ 3) การทดสอบประสิทธิภาพ หลังจากผลิตเตาเสร็จเรียบร้อยแล้ว ต้องการทราบว่าเตามีประสิทธิภาพดีหรือไม่อย่างไร ด้วยการนำเตาไปทดสอบหรือทดลองด้วยวิธีการต่างๆดังนี้ การนำเศษไม้พื้นยูคาลิปตัส ในการทดสอบ โดยนำพื้นเรียงในเตาจุดไฟ พร้อมเติมน้ำในกระทะ 1 ลิตร พร้อมใส่ไข่ สรุปลแล้ว น้ำเดือดใช้เวลา 8 นาที

1.3 ผลการพัฒนาการใช้พลังงานเตาชีวมวลในครัวเรือนของชุมชนบ้านภูเงิน ตำบลเฝ้าไร่ อำเภอเฝ้าไร่ จังหวัดหนองคาย

1.3.1 การพึ่งตนเองด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ชาวบ้านมีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้นกว่าเดิม มีอากาศที่สดชื่นบริสุทธิ์มากขึ้น ไม่มีควันรบกวนเหมือนแต่ก่อน กล่าวคือ ควันจากเตาไฟลดลงไปมาก เนื่องจากชาวบ้านหันมาใช้เตาชีวมวลกันมาก ไม่มีควันเหมือนแต่ก่อน และไม่รบกวนเพื่อนบ้านเป็นการสร้างมิตรภาพที่ดีต่อกันดังนั้น หลายคนอาจจะสงสัยว่า ระหว่างไม้พื้นกับถ่านให้พลังงานความร้อนเป็นอย่างไร สอดคล้องกับการวิจัยของสำนักงานทางหลวงที่ 3 จังหวัดสกลนคร (2558 :11) พบว่า สำหรับเชื้อเพลิงพื้นและถ่านที่ใช้ในเตาชีวมวลให้ค่าความร้อนที่ใกล้เคียงกัน แต่ถ่านต้องนำไปผ่านกระบวนการเผาชีวมวลก่อนทำให้เสียเวลาและสิ้นเปลืองพลังงาน ดังนั้นการใช้เตาชีวมวลโดยใช้พื้นเป็นเชื้อเพลิงจึงมีประสิทธิภาพสูงสุด

1.3.2 การพึ่งตนเองด้านพลังงาน การผลิตเตาชีวมวลแบบใช้พื้น เป็นการตอบโจทย์ได้เป็นอย่างดีด้านพลังงาน เป็นการลดการใช้พลังงานช่วยชาติก็ว่าได้ ชุมชนหลายแห่งทั่วประเทศ สมควรอย่างยิ่งที่จะทำตามหมู่บ้านภูเงินด้วยการผลิตเตาชีวมวลไว้ใช้ในครัวเรือนเป็นการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อประหยัดพลังงาน และใช้พลังงานให้คุ้มค่าเกิดประโยชน์สูงสุดสอดคล้องกับการวิจัยของ คณะมหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยแม่โจ้(2554 :71-72) พบว่า การใช้พลังงานสำหรับอุปกรณ์ผลิตพลังงานความร้อนจากชีวมวลพื้น มีการใช้พลังงานลดลง มีสาเหตุจากการที่ชุมชนใช้เตาชีวมวลจำนวน 25 เตา แทนเตาอั้งโล่ชนิดใช้พื้นและเตาอั้งโล่ปากยื่น

1.3.3 การพึ่งตนเองด้านเศรษฐกิจ ปกติหลายครัวเรือนใช้ถังแก๊สหุงต้ม เดือนละ 1 ถัง บางครอบครัวประหยัดใช้ได้นาน 2-3 เดือนต่อถัง เนื่องจากใช้ควบคู่กับเตาพื้นอั้งโล่ธรรมดา ปัจจุบันนี้ราคาแก๊สหุงต้ม ปรับราคาเพิ่มขึ้นตามที่ราคาน้ำมันแพง เนื่องจากภาวะการขนส่ง ถึงละ ประมาณ 380-400 บาท เมื่อชาวบ้านหันมาใช้เตาชีวมวล สามารถลดค่าใช้จ่ายได้ 800 บาท (2 เดือน) ปกติบางครัวเรือนต้องจ่าย 1,200 บาท แต่เมื่อมาใช้เตาชีวมวลควบคู่กับถังแก๊สหุงต้ม สามารถยืดเวลาและประหยัดการใช้แก๊สหุงต้มออกไปเป็นเวลา 2-3 เดือน (ประหยัดได้อีก 800 บาท) โดยสรุป การใช้เตาชีวมวลแบบใช้พื้น สามารถลดค่าใช้จ่ายได้จริง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิรมลจันทร์ชาติ และอุษา อันทอง(2559 : 54-55) พบว่า การใช้เทคโนโลยีพลังงานสะอาดใน ครัวเรือนนำร่องจำนวน 19 ครัวเรือนสามารถลดค่าใช้จ่ายได้ถึง 27,000 บาทต่อปีทางด้านสังคม สามารถสร้างความสัมพันธ์ ของคนในชุมชนเพิ่มขึ้นชาวชุมชนมีความรู้เรื่องพลังงานทดแทน เพิ่มขึ้นสามารถเป็นวิทยากรชุมชนถ่ายทอดความรู้สู่ผู้อื่นได้ซึ่งถือเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิต ของคนในชุมชน

2. ข้อเสนอแนะ

2.1 ข้อเสนอแนะในการใช้ประโยชน์

ผลการวิจัยในครั้งนี้ หน่วยงานที่รับผิดชอบในการส่งเสริมและสนับสนุนด้าน อาชีพของชาวบ้าน ได้แก่ พัฒนาชุมชน เกษตรอำเภอ และหน่วยงานที่ดูแลด้านเทคโนโลยี สามารถนำผลการวิจัยไปเป็นนโยบายหรือหลักการปฏิบัติให้แก่หน่วยงานหรือชุมชนอื่นๆ ได้ ประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสม และชาวบ้านภูเงินสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เป็นรูปธรรม ประหยัดสุด ประโยชน์สูง และชุมชนแห่งอื่นสามารถนำไปปรับใช้ได้ตามความเหมาะสมกับสภาพ บริบทของชุมชน

2.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาวิจัยในประเด็น ปัจจัยที่ส่งผลสำเร็จในการใช้พลังงานเตาชีวมวลใน ชุมชน, ภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตเตาชีวมวลแบบถังปีบ, การสร้างเครือข่ายการผลิตเตาชีวมวลแบบ พื้นในชุมชน

หนังสืออ้างอิง

กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงานกระทรวงพลังงาน.(ม.ป.ป.). *เทคโนโลยีชีวมวล*.

เอกสารเผยแพร่.

_____.(2554). *คู่มือการพัฒนาและการลงทุนผลผลิตพลังงานทดแทน ชุดที่ 4 พลังงาน*

ชีวมวล. กรุงเทพฯ: บริษัท เอบีดี คอนซัลแตนท์ จำกัด.

คณะกรรมการมูลนิธิโลกสีเขียว และกลุ่มบริษัท เอสเอสพี.(ม.ป.ป.). ชุดโลกสีเขียว. (ม.ป.ท.): (ม.ป.พ.).

คณะมหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติมหาวิทยาลัยแม่โจ้.(2554). งานศึกษาสำรวจ ประเมินผลและจัดตั้งโครงการโครงการหมู่บ้านพลังงานในชนบทบ้านดอนแก้ว หมู่ 6 และบ้านจัดสรร หมู่ 12 ตำบลห้วยหม้ายอำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่. สำนักวิชาการ พลังงานภาค 9 สำนักงานปลัดกระทรวงพลังงาน กระทรวงพลังงาน.

ณัฐวุฒิ คุชฎี และคณะ.(2556). โครงการหมู่บ้านแก๊สชีววมวลในครัวเรือน. ศูนย์วิจัยพลังงาน มหาวิทยาลัยแม่โจ้. โครงการหมู่บ้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีประจำปีงบประมาณ 2556 สนับสนุนโดย กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.

นงนภัส ตาตะเกษม.(2563). กระบวนการเรียนรู้เพื่อสร้างความเข้มแข็งของการปลูกพืชต้นอ่อน อายุสั้น: กรณีศึกษาแบบแฟมแฟม บ้านทุ่งสาริกา ตำบลกุดนกงเปือ อำเภอมือง จังหวัดสระบุรี. บัณฑิตศึกษา สาขาวิชาการพัฒนาท้องถิ่นแบบบูรณาการ สถาบันการเรียนรู้เพื่อปวงชน.

นิรมล จันทระชาติ และอุษา อินทอง.(2559). นวัตกรรมพลังงานสะอาดสู่ความยั่งยืนของชุมชน: พลังงานชีววมวลชีวภาพและการดึงน้ำด้วยพลังงานแสงอาทิตย์. คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ.

พรชัย เขียมสาย และวิภา ยงประยูร.(2560). การพัฒนาเตาชีววมวลที่มีประสิทธิภาพในการเผาไหม้เพื่อการหุงต้มในครัวเรือน. สาขาวิชาเทคโนโลยีพลังงาน คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ในการประชุมวิชาการเครือข่ายพลังงานแห่งประเทศไทย ครั้งที่ 13 วันที่ 13 พฤษภาคม-2 มิถุนายน 2560 ณ โรงแรม ดิเอ็มเพรส เชียงใหม่.

วรจิตต์ เศรษฐพรค์, วรพจน์ โปธาเจริญ และรุ่งนภาจุลศักดิ์.(2561). คู่มือการถ่ายทอดเทคโนโลยี การแปรรูปขยะชีววมวล. เอกสารอัดสำเนา.

ไศภษา ดำรงปิยวุฒิ.(2560). แนวทางการพัฒนาพลังงานชีววมวลเพื่อพลังงานทดแทนของประเทศ อย่างยั่งยืน. วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร รุ่นที่ 60 ประจำปีการศึกษาพุทธศักราช 2560-2561.

สำนักงานทางหลวงที่ 3 จังหวัดสกลนคร.(2558). การจัดการความรู้เรื่องเตาชีววมวล. ผลงาน ความรู้งานตลาดนัดความรู้ครั้งที่ 7 “ชุมทรัพย์ความรู้แห่งภูมิปัญญาชาวทาง” สำนักงานทางหลวงที่ 3 (สกลนคร).

ความพึงพอใจของสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีต่อการให้บริการ
ของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอกระบุรี จังหวัดพังงา

SATISFACTION OF MEMBER WHO OBTAIN SERVICE TO WOMEN FUND OF COMMUNITY
DEVELOPMENT OFFICE KHURA BURI DISTRICT, PHANG NGA PROVINCE

กุนภาณัญญ์ สุวรรณนุรักษ์ ภาณุพงศ์ สามารถ และปิยนุช บุรี
Kunnaphanat Suwannurak, Phanupong Samart, Piyanuch Buree

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความพึงพอใจของสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอกระบุรี จังหวัดพังงา 2) สภาพปัญหาในการให้บริการสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี แบบของการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจโดยวิธีผสมผสานระหว่างเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ สมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี 808 คน กลุ่มตัวอย่าง 268 คนใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพผู้ให้ข้อมูล คือ สมาชิกและเจ้าหน้าที่กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี จำนวน 19 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า 1) ระดับความพึงพอใจของสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอกระบุรี จังหวัดพังงา ทั้ง 4 ด้าน พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ (1) ด้านการให้บริการ (2) ด้านกระบวนการ (3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (4) ด้านการดำเนินงาน 2) สภาพปัญหาในการให้บริการสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี พบว่า (1) ด้านการให้บริการ สมาชิกกองทุนระดับตำบลยังไม่มีสำนักงานเป็นของตนเอง (2) ด้านกระบวนการ สมาชิกยังขาดทักษะในการจัดทำรายละเอียดโครงการ (3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สมาชิกกองทุนระดับตำบลยังขาดอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร คอมพิวเตอร์ (4) ด้านการดำเนินงาน สมาชิกยังขาดประสบการณ์เกี่ยวกับการบริหารจัดการกลุ่มและความรู้ด้านวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพ และสมาชิกไม่มีความเข้าใจในการเขียนโครงการ โดยเฉพาะการเขียนรายละเอียดงบประมาณที่ไม่ชัดเจน

คำสำคัญ: ความพึงพอใจ การบริการ กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

ABSTRACT

The purposes of this research were to study 1) Satisfaction of member who obtain service of Women Fund Khura Buri District, Phang Nga Province, 2) Problem of obtain service of Women Fund of Community Development Office. Use survey research by mixed method both from quantitative and qualitative. For the quantitative research, population were member of Women Fund of 880, the sample consisted of 268 people using accidental sampling method. The data were collected through questionnaire and analyzed by computer software program. There were using percentage mean and standard deviation to describe the data. The qualitative research, There were 19 key informants. The data were collected through In-depth interview. The data were analyzed by using content analysis.

The research results showed that: 1) The level of satisfaction of the women's role development fund members towards the service provided by the Community Development Office. Kuraburi District, Phang Nga Province, in all 4 aspects, found that the overall level was at a moderate level, i.e. (1) service aspect (2) process aspect (3) facility aspect (4) operation aspect. 2) Problems in providing services to members of the Women Empowerment Fund found that (1) in service Sub-district fund members do not have their own offices. (2) Processes Members still lack skills in project details. (3) Facilities Sub-district fund members still lack equipment for convenience, such as photocopiers and computers. (4) Operations Members also lacked group management experience and academic knowledge related to their occupation. and members have no understanding of how to write the project especially writing unclear budget details.

Keywords: Satisfaction; Service; Women Fund

บทนำ

ในปัจจุบันนี้บทบาทของสตรีไทยภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติภายหลังการประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสตรีไทยมีโอกาในการทำงานเท่าเทียมกับผู้ชายมีบทบาทในทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะในสถาบันการเมืองไม่ว่าจะเป็นสถานิติบัญญัติ บริหาร และตุลาการ และตำแหน่งมีอำนาจในระบบราชการอย่างไรก็ดีแม้ว่าสตรีไทยจำนวนมากต้องออกไปทำงานนอกร้านแต่

ก็ต้องแบกรับภาระงานบ้านจนทำให้เกิดความเครียดสตรีไทยชนชั้นกลางในสังคมไทยต้องทำทุกอย่างเอง โดยไม่มีการจ้างคนอื่นมาแทนเหมือนสตรีที่มีฐานะดี คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบให้จัดตั้งกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เมื่อวันที่ 23 มิถุนายน พ.ศ. 2558 ขึ้นในกรมการพัฒนาชุมชน โดยกรมฯ ได้รับจัดสรรงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2559 จำนวน 100 ล้านบาท (หนึ่งร้อยล้านบาทถ้วน) และต่อมาคณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 12 เมษายน พ.ศ. 2559 ให้ควรวางกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี เข้ากับกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี กรมการพัฒนาชุมชน โดยมีผลตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2559 ซึ่งทำให้การบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีอยู่ในความรับผิดชอบของกรมการพัฒนาชุมชน กรมการพัฒนาชุมชนได้แต่งตั้งคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี และผู้อำนวยการสำนักงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เพื่อบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ภายใต้พระราชบัญญัติการบริหารทุนหมุนเวียน พ.ศ.2558 และข้อบังคับคณะกรรมการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ว่าด้วยการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี พ.ศ.2559 [<http://www.womenfund.in.th/>. 2019: online.]

เมื่อการบริหารกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีอยู่ในความรับผิดชอบของกรมการพัฒนาชุมชน สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบุรีรัมย์มีหน้าที่ในการให้บริการประชาชนดังนี้คือ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต ศูนย์เรียนรู้ชุมชน แผนชุมชน โดยมีวิสัยทัศน์ เป็นหน่วยงานของรัฐในการขับเคลื่อนกิจกรรมเพื่อส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วม กระบวนการเรียนรู้ของชุมชน พันธกิจ 1) พัฒนาระบบและกลไกส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ของชุมชน 2) ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการบริหารจัดการชุมชน 3) ส่งเสริมการพัฒนาระบบกลไกและกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 4) พัฒนาสมรรถนะองค์กรในการทำงานเชิงบูรณาการประเด็นยุทธศาสตร์ 1) สร้างสรรค์ชุมชนอยู่เย็นเป็นสุข 2) เสริมสร้างขีดความสามารถการบริหารงานชุมชน 3) ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 4) เสริมสร้างธรรมาภิบาลและความมั่นคงของทุนชุมชน 5) เสริมสร้างองค์กรให้มีขีดสมรรถนะสูง เฉพาะกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี (พ.ศ.2561-2562) [<https://district.cdd.go.th/khuraburi/>. 2018: Online.]

ปัญหาในการพัฒนาชุมชนในประเทศไทยมีอุปสรรคในการพัฒนาเป็นอย่างมาก เนื่องจากชุมชนในแต่ละชุมชนของประเทศไทยมีปัญหาที่ต่างกัน ปัญหาหลักของชุมชนส่วนใหญ่คือ 1) ปัญหาจากตัวนักพัฒนา (พัฒนากร) มีความรู้ความเข้าใจ และอุดมการณ์การพัฒนาไม่ดีพอ เมื่อต้องเข้าไปอยู่ในชุมชนต้องเผชิญกับปัญหาและความยากลำบากของประชาชนจึงขาดขวัญ กำลังใจไม่สามารถดำเนินการ และเกิดความท้อถอยหรือไม่สามารถทำงานอุทิศทุ่มเทให้กับการพัฒนาได้ 2) ปัญหาจากวิธีการดำเนินงานของรัฐบาล ซึ่งมีทั้งในแง่การพัฒนาและการประชาสัมพันธ์ ซึ่งวิธีการสวนทางกัน คือการพัฒนาเน้นประชาชนต้องริเริ่มและดำเนินการเอง แต่การประชาสัมพันธ์นั้นรัฐสนับสนุนให้เปล่า จึงทำให้ประชาชนเกิดความสับสน และไม่อยากเข้ามาช่วยกระบวนการพัฒนา 3) ปัญหาความซ้ำซ้อนของกิจกรรมการพัฒนา มีหน่วยงานองค์กรหลาย ๆ องค์กรที่เข้าไปทำงานเดียวกัน ซึ่งอาจมีรูปแบบวิธีการทำงานที่เหมือนหรือ

ต่างกัน ทำให้ประชาชนที่เกี่ยวข้องด้วยเกิดความสับสนและในขณะเดียวกันหน่วยงานนั้นก็แก่งแย่งงาน และหรือโยนความรับผิดชอบไปให้หน่วยงานเมื่อเกิดปัญหา 4) ปัญหาการข้อราชการบังหลวง มีนักพัฒนา จำนวนไม่น้อยที่เบียดบังงบประมาณ วัสดุ อุปกรณ์ ไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนตัว รวมทั้งการเบียดบังเวลา ทำงานไปทำงานอื่นส่วนตัวด้วย [Koomkhainarm T., 2022: 59]

จากการศึกษาในเบื้องต้น สภาพปัญหาในการให้บริการสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีของ สำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา โดยภาพรวมพบว่า มี 4 ประเด็น ได้แก่ 1) มี สภาพปัญหาในด้านการให้บริการ 2) ด้านกระบวนการ 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ 4) ด้านการ ดำเนินงาน [Thongchuen S., Interview, 2019] การบริการเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นอย่างเป็นระบบ มี ขั้นตอนและองค์ประกอบเช่นเดียวกับกิจกรรมอื่น โดยเริ่มจากผู้รับบริการมีความต้องการการบริการและ ความต้องการนี้จะเป็นแรงกระตุ้นให้ผู้รับบริการแสวงหาการบริการที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการ ของตนได้ ดังนั้นจึงเกิดการปฏิสัมพันธ์กันระหว่างผู้รับบริการกับผู้ให้บริการ ในการที่ผู้รับบริการจะแสดง ความต้องการออกมาเพื่อที่ผู้ให้บริการเกิดการรับรู้ และมีการดำเนินการในอันที่จะสนองตอบความต้องการ นั้น ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นในกระบวนการบริการระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ เป็นผลของการรับรู้ เป็นตัวชี้วัดและประเมินคุณภาพของการบริการในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าควรจะได้รับและสิ่งที่ ผู้รับบริการได้รับจริงในแต่ละสถานการณ์ ซึ่งระดับความพึงพอใจอาจไม่คงที่ ผันแปรไปตามช่วงเวลา ที่แตกต่างกันได้ [https://www.stou.ac.th/. Online: 2018]

จากที่กล่าวมานี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มกองทุนพัฒนา บทบาทสตรีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานการพัฒนาชุมชน อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา ผลการวิจัย สามารถนำไปปรับปรุงประยุกต์ใช้ในสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงาและหน่วยงานอื่นๆ ที่มีบริบทคล้ายคลึงกันต่อไป

คำถามของการวิจัย

1. สมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีมีความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงาในระดับใด
2. การให้บริการสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา มีสภาพปัญหาเป็นอย่างไรบ้าง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

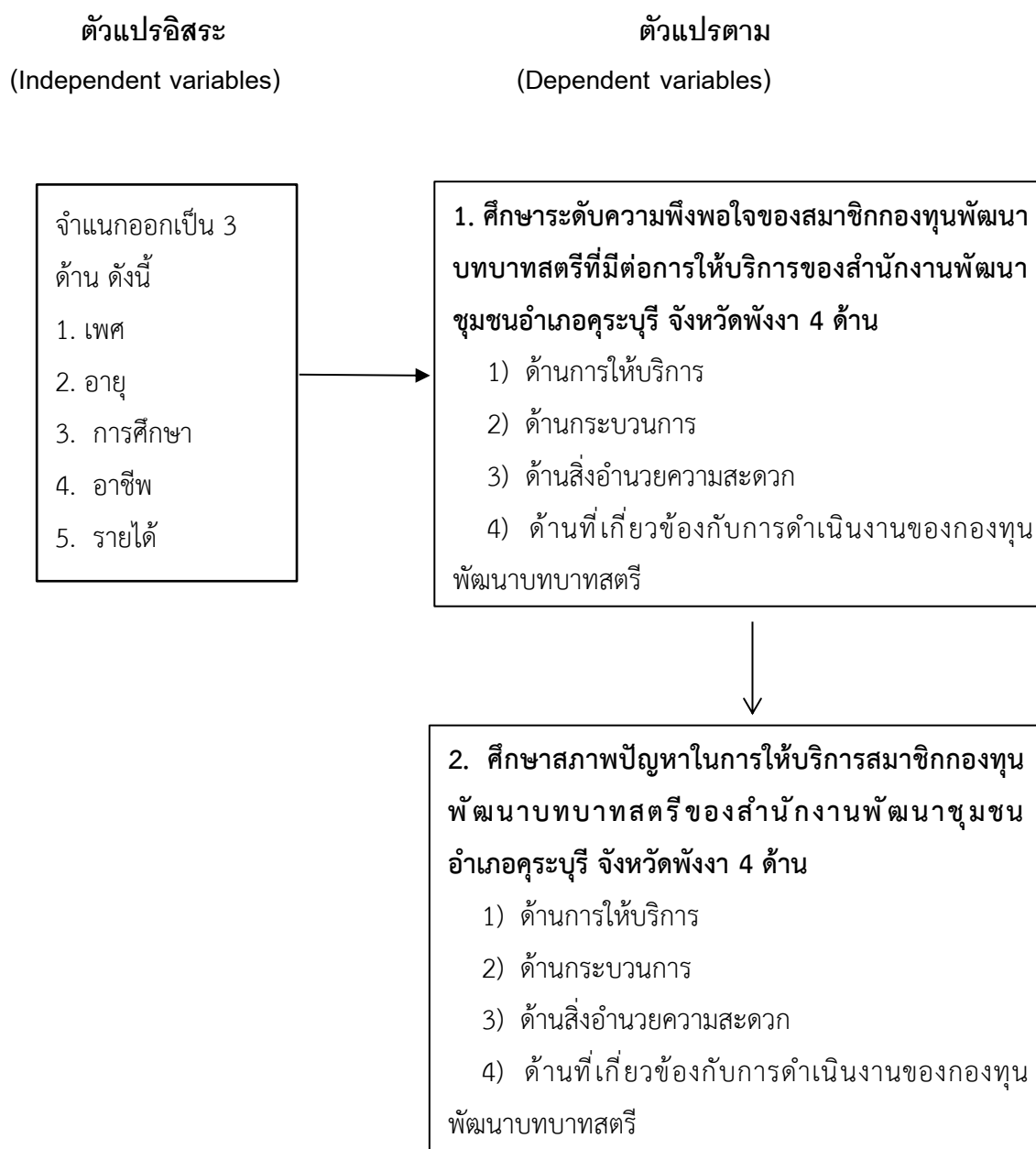
1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา
2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในการให้บริการสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา

ประโยชน์ของการวิจัย

1. ได้ข้อมูลระดับความพึงพอใจของสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา
2. ได้ข้อมูลสภาพปัญหาและอุปสรรคในการให้บริการของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา
3. ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ เป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข ปัญหา กำหนดนโยบาย แผนงาน ในสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงาและหน่วยงานอื่น ๆ ที่มีบริบทคล้ายคลึงกันได้

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้ศึกษาได้ประมวลความคิดจากแนวคิด ทฤษฎี และงานศึกษาที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาบูรณาการ กำหนดเป็นกรอบการศึกษาดังภาพ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. แบบของการวิจัย

การวิจัยเรื่องความพึงพอใจของสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) โดยใช้ระเบียบวิธีศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative) และวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative)

2. ประชากร

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ตามระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

2.1 เชิงปริมาณ

2.1.1 ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา จำนวน 808 คน (ข้อมูลสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอคุระบุรี, 2562)

2.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ได้จากการสุ่มตัวอย่างสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา เนื่องจากทราบจำนวนประชากรจึงใช้สูตรคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างได้จากสูตร Yamane (1970, pp. 580-581) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 9.5 ดังนี้

2.1.3 การเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ การเลือกตัวอย่างมาทำการศึกษานี้จำนวน 268 คน โดยวิธีการเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

2.2 เชิงคุณภาพ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่ สมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี 16 คน และพัฒนาการอำเภอคุระบุรี 3 คน รวมจำนวน 19 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งนี้ แบ่งตามระเบียบการวิจัยดังนี้ 1) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา มี 1 ชุด ได้แก่ แบบสอบถาม 2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาความคิดเห็นของ สมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา เกี่ยวกับสภาพปัญหาในการให้บริการสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา มี 1 ชุด ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ ผู้ศึกษาดำเนินขั้นตอนในการรวบรวมข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอกระบุรี จังหวัดพังงา

ในขั้นตอนนี้มีกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

4.1 ขอนหนังสือจากสาขาวิชาการพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ถึงผู้นำชุมชน เพื่อขอความร่วมมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

4.2 แจกข้อความอนุเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นและขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชน

4.3 ติดต่อถึงผู้นำชุมชน เพื่อทำการชี้แจงและขอความร่วมมือเพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.4 นำแบบสอบถามไปแจกจ่ายให้แก่ประชาชน เพื่อทำการตอบแบบสอบถามและส่งคืนแก่ผู้ศึกษา

4.5 การจัดเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาได้จัดเก็บข้อมูลจากหัวหน้าครอบครัว จำนวน 268 คน โดยการแจกแบบสอบถาม จนครบตามจำนวน 268 ชุด

ขั้นตอนนี้ใช้ระยะเวลา 3 เดือน

ผลจากการศึกษาระดับความพึงพอใจของสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอกระบุรี จังหวัดพังงา นำไปสู่การ ศึกษาสภาพปัญหาในการให้บริการของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอกระบุรี จังหวัดพังงา ต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาสภาพปัญหาในการให้บริการสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอกระบุรี จังหวัดพังงา

ในขั้นตอนนี้มีกิจกรรมดังนี้ สัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 19 คน ได้แก่ สมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี 16 คน และพัฒนาการอำเภอกระบุรี 3 คน

เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในการให้บริการสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอกระบุรี จังหวัดพังงา ในขั้นตอนนี้ใช้เวลา 2 เดือน

ผลจากการศึกษาสภาพปัญหาในการให้บริการสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอกระบุรี จังหวัดพังงา นำไปสู่การวิเคราะห์ข้อมูลและรูปแบบสมมุติฐานเพื่อนำไปเสนอนโยบายปรับปรุงความพึงพอใจของสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอกระบุรี จังหวัดพังงา

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การการศึกษาในครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้ศึกษานำข้อมูลมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

5.1.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistic) ใช้อธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างใช้ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

5.1.2 สถิติร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ใช้วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

5.2.1 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากข้อมูลคำถามปลายเปิดแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ สัมภาษณ์ระดับลึก การระดมสมอง และการสนทนากลุ่ม นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนาวิเคราะห์

5.2.2 การตรวจสอบข้อมูล ผู้ศึกษาใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า โดยทำการตรวจสอบข้อมูลไปพร้อม ๆ กับการเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นการตรวจสอบทันทีในภาคสนามโดยนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบหรือหาความสอดคล้อง สัมพันธ์กันด้วยวิธีการตรวจสอบแหล่งข้อมูล ได้แก่ เวลา สถานที่ และบุคคล ซึ่งเป็นวิธีที่ผู้วิจัยใช้สม่ำเสมอในระหว่างที่เก็บข้อมูล

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาได้สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ซึ่งสรุปผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

1. ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา พบว่า

1) ด้านการให้บริการโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.31$) เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ อธิบายดี ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นมิตร ($\bar{x} = 4.56$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นธรรมชาติ ไม่เลือกปฏิบัติ ($\bar{x} = 4.18$)

2) ด้านกระบวนการโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.14$) เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เห็นด้วยกับการกำหนดระยะเวลาการโอนเงินให้กับสมาชิก ภายในวันที่ 5 ของเดือนที่ 3 และ ทานเห็นด้วยกับการให้บริการของธนาคารในการไปชำระค่าน้ำ ($\bar{x} = 4.28$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ทานเห็นด้วยกับการกำหนดระยะเวลาแจ้งสมาชิกเปิดบัญชีเงินฝากธนาคาร และนัดทำสัญญาภายในสัปดาห์ที่ 3 - 4 ของเดือนที่ 2 ($\bar{x} = 4.04$)

3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.13$) เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีช่องทางประชาสัมพันธ์งาน/ข้อมูลข่าวสารของกองทุนพัฒนา

บทบาทสตรี เช่น website : www.womenfund.in.th, แผ่นพับ, จุลสาร, Facebook Fanpage : กองทุนพัฒนาบทบาทสตรี - สกส. เพียงพอ ($\bar{x} = 4.16$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ วัสดุอุปกรณ์เพียงพอในสำนักงานช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้มารับบริการ ($\bar{x} = 4.08$)

4) ด้านที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีโดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.20$) เมื่อพิจารณาในรายข้อ พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ เห็นด้วยกับการกำหนดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมเงินหมุนเวียนจากกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีร้อยละ 3 บาทต่อปี และ เห็นด้วยกับการกำหนดให้สมาชิกกู้ยืมเงินหมุนเวียนจะต้องนำไปดำเนินการเพื่อการพัฒนาอาชีพ สร้างงาน สร้างรายได้ หรือเสริมสร้างความเข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจ ($\bar{x} = 4.28$) ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การกำหนดให้สมาชิกรวมตัวกันตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป สิทธิกู้ยืมเงินหมุนเวียนไปประกอบอาชีพ ($\bar{x} = 4.08$)

2. ผลการศึกษาสภาพปัญหาในการให้บริการสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา พบว่า 1) ด้านสถานที่การให้บริการ ได้แก่ สมาชิกกองทุนระดับตำบลยังไม่มีสำนักงานเป็นของตนเอง ต้องใช้สำนักงานพัฒนาชุมชน เป็นสถานที่พบปะ แลกเปลี่ยน เรียนรู้ 2) ด้านกระบวนการ ได้แก่ สมาชิกยังขาดทักษะในการจัดทำรายละเอียดโครงการ จำเป็นต้องได้รับคำแนะนำการกู้ยืมเงินเพื่อทำโครงการเงินอุดหนุนและหมุนเวียนใช้เวลาดำเนินการนานและเป็นไปอย่างล่าช้า เนื่องจากต้องผ่านการตรวจสอบและกลั่นกรองจากทางคณะกรรมการแต่ละระดับ อยากให้กระบวนการมีเจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญมากกว่านี้มาดูแล เพื่อความรวดเร็วในการกู้ยืมของสมาชิกทุกคน 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สมาชิกกองทุนระดับตำบลยังขาดอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องคอมพิวเตอร์ จึงต้องใช้อุปกรณ์ของสำนักงานพัฒนาชุมชน ทำให้สมาชิกสตรีที่มาขอคำปรึกษาต้องใช้เวลาาน เนื่องจากมีเจ้าหน้าที่จำนวนน้อย มีพื้นที่น้อย ไม่เพียงพอต่อการมาติดต่อ 4) ด้านการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ได้แก่ สมาชิกยังขาดการบริหารจัดการกลุ่มและความรู้ด้านวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพ ทางอนุกรรมการระดับตำบลต้องให้คำแนะนำเฉพาะด้านสมาชิกสตรีที่มีความต้องการขอกู้ยืมเงินเพื่อไปหมุนเวียนประกอบอาชีพไม่มีความเข้าใจในการเขียนโครงการ โดยเฉพาะอย่างข้อรายละเอียดงบประมาณที่ไม่ชัดเจน นอกจากนี้ยังมีทั้งส่วนต้องการเข้าร่วมโครงการแต่ไม่สมัครเข้าร่วมโครงการด้วยตนเอง (ผ่านทางแอปพลิเคชัน)

อภิปรายผล

จากการศึกษาในครั้งนี้ผู้ศึกษาอภิปรายผลได้ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ซึ่งสรุปผลการศึกษามีรายละเอียดดังนี้

1. ผลศึกษาระดับความพึงพอใจของสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีที่มีต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนาชุมชน อำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา พบว่า เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 4 ด้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการให้บริการ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ซึ่งสอดคล้องกับ Thongsat B. (2007: 34) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสำรวจความพึงพอใจต่อการให้บริการของสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรพบว่า เจ้าหน้าที่ให้บริการ/บุคลากรผู้ ให้บริการด้วยรอยยิ้มสุภาพเป็นมิตร/อภัยด้วยดี บริการด้วยความสะอาดรวดเร็วดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้นเต็มใจให้บริการ และให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามได้เป็นอย่างดี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการเป็นระบบและเป็นขั้นตอน มีระยะเวลาให้บริการ ที่เหมาะสม บริการเป็นระบบก่อน-หลังอย่างยุติธรรม มีเครื่องมือให้บริการที่ทันสมัย มีเอกสาร บอร์ด แผ่นป้าย แผ่นพับ แจกข้อมูลต่าง ๆ และมีผู้แสดงความคิดเห็น โดยภาพรวมประชากรผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น ที่นั่งผู้รับบริการ สถานที่บริการสะอาดเป็นระเบียบ ความชัดเจนของป้ายต่าง ๆ เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ บอกรูปบริการ โทรศัพท์สาธารณะ บริการน้ำดื่ม ที่จอดรถ ห้องน้ำ โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และด้านผลรวม การให้บริการทุกด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ในด้านการให้คำแนะนำการปรับปรุงการให้บริการ ส่วนให้คำแนะนำในด้านการทำงานแทนกันและให้ข้อมูลต่างๆ ได้ส่วนในเรื่องของการปรับปรุง เช่นสถานที่คับแคบจะเห็นได้จากภาพรวมในการให้บริการของ สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ประชาชนผู้ขอรับบริการมีความพึงพอใจโดย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก สาเหตุที่ไม่สอดคล้องเนื่องจากมีบริบทที่ขององค์การทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การให้บริการ ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน มีความแตกต่างกันดังผลการศึกษาของวัตถุประสงค์ที่ 2 ดังนี้

2. ผลการศึกษาสภาพปัญหาในการให้บริการสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา พบว่า 1) ด้านการให้บริการ ได้แก่ สมาชิกกองทุนระดับตำบลยังไม่มีสำนักงานเป็นของตนเอง ต้องใช้สำนักงานพัฒนาชุมชน เป็นสถานที่พบปะ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ 2) ด้านกระบวนการ ได้แก่ สมาชิกยังขาดทักษะในการจัดทำรายละเอียดโครงการ จำเป็นต้องได้รับคำแนะนำ การกู้ยืมเงินเพื่อทำโครงการเงินอุดหนุนและหมุนเวียนใช้เวลาค่อนข้างนานและเป็นไปอย่างล่าช้า เนื่องจากต้องผ่านการตรวจสอบและกลั่นกรองจากทางคณะอนุกรรมการแต่ละระดับ อยากให้

กระบวนการมีเจ้าหน้าที่ที่มีความชำนาญมากกว่านี้มาดูแล เพื่อความรวดเร็วในการกู้ยืมของสมาชิกทุกคน

3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ สมาชิกกองทุนระดับตำบลยังขาดอุปกรณ์สำหรับอำนวยความสะดวก เช่น เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องคอมพิวเตอร์ จึงต้องใช้อุปกรณ์ของสำนักงานพัฒนาชุมชน ความสะดวก กองทุนพัฒนาบทบาทสตรีมีงบประมาณส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการดำเนินงานของสำนักงานเลขานุการคณะกรรมการกลั่นกรองและติดตามการดำเนินงานกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ทำให้สมาชิกสตรีที่มาขอคำปรึกษาต้องใช้เวลาาน เนื่องจากมีเจ้าหน้าที่จำนวนน้อย มีพื้นที่น้อย ไม่เพียงพอต่อการมาติดต่อ

4) ด้านการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี ได้แก่ สมาชิกยังขาดการบริหารจัดการกลุ่มและความรู้ด้านวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการประกอบอาชีพ ทางอนุกรรมการระดับตำบลต้องให้คำแนะนำเฉพาะด้าน สมาชิกสตรีที่มีความต้องการขอกู้ยืมเงินเพื่อไปหมุนเวียนประกอบอาชีพไม่มีความเข้าใจในการเขียนโครงการ โดยเฉพาะอย่างข้อยรายละเอียดงบประมาณที่ไม่ชัดเจน นอกจากนี้ยังมีทั้งส่วนต้องการเข้าร่วมโครงการแต่ไม่สมัครเข้าร่วมโครงการด้วยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับ Saenphuha A. (2014: 27) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทกลุ่มกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี จังหวัดศรีสะเกษ ในงานพัฒนาชุมชน ผลการศึกษา พบว่า ปัญหากลุ่มกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีจังหวัดศรีสะเกษ ได้แก่ สมาชิกขาดความรู้ในการเขียนโครงการ มีความรู้ที่กว้างงบประมาณที่ให้เงินได้เป่ละมีน้อยและไม่เพียงพอต่อความต้องการ ไม่มีค่าตอบแทนให้กับคณะกรรมการและยังไม่เข้าใจบทบาทหน้าที่ของตน การพิจารณาโครงการมีความล่าช้าและขั้นตอนมากเกินไป การรวมกลุ่มทำกิจกรรมมักเกิดปัญหา ความคิดเห็นไม่ตรงกัน สมาชิกกลุ่มมีความซ้ำซ้อนกับกลุ่มอื่น ผู้แทนกลุ่มขาดการประชาสัมพันธ์และการประสานงานให้สมาชิกรับทราบข้อมูลข่าวสารฝึกอบรมให้คณะกรรมการและสมาชิกเพื่อเสริมสร้างความรู้การเขียนโครงการและรับรู้ถึงระเบียบกฎเกณฑ์ต่าง ๆ เพิ่มบุคลากรทำงานในระดับจังหวัด โอนงบประมาณให้ระดับตำบลบริหารจัดการเอง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

1.1 ด้านการให้บริการ สมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีมีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ควรมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความชำนาญเพิ่มเข้ามาอีก เพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการให้บริการกลุ่มกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

1.2 ด้านกระบวนการ สมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ควรมีให้สมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีศึกษากระบวนการอย่างละเอียดและรอบคอบ เพื่อนที่จะไม่ทำให้สมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีไม่เสียผลประโยชน์

1.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ควรจัดตั้งสถานที่ของกองทุน เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายในการมารับบริการของสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี

1.4 ด้านที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี สมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ควรฝึกการอบรมให้สมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรี เพื่อให้สมาชิกได้ดำเนินงานได้ด้วยตนเองและกลุ่มได้อย่างง่ายดาย และให้เจ้าหน้าที่ศึกษาเกี่ยวกับกองทุนเพิ่มเติม เพื่อเพิ่มความรู้ในการทำงาน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการวิจัยและพัฒนาระบบการให้บริการสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงา เพื่อเป็นต้นแบบในการพัฒนาการให้บริการสมาชิกกองทุนพัฒนาบทบาทสตรีของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอคุระบุรี จังหวัดพังงาและพื้นที่อื่น ๆ ที่มีบริบทที่ใกล้เคียงกัน

Reference

Department of Community Development.(2017).**About the Department of Community Development.** [online].source <http://www.cdd.go.th/>.
Date of search 14 August 2019.

Khumkhainam T. (2013). **Principles of Community Development and Rural Development.** Faculty of Humanities and Social Sciences. Khon Kaen University.

Kuraburi District Community Development Office. (2017). **History of Kuraburi District.** [online].Source <http://district.cdd.go.th/khuraburi/>. Date of search 14 August 2019.
Office of Social Development and Human Security Ubon Ratchathani Province.
research report Ubon Ratchathani.

Phommo Ch. (2010). **The role of women in the administration of Non Than Subdistrict Administrative Organization.** Nong Ruea District Khon Kaen Province. Master of Public Administration Thesis, Khon Kaen University.

Pimpho N. (2014). **Developing the Implementation of the Women's Role Development Fund Project.** Thesis Master of Public Administration, Department of Local Administration, College of Local Administration, Khon Kaen University.

- Saenphawa A. (2014). *The Role of the Sisaket Province Women's Role Development Fund in Community Development*. Bangkok: Sisaket Rajabhat University.
- Thongchuen S. *Phatthanakan District, Kuraburi Phang Nga Province*. Interview. 10 July 2019.
- Thongsaat A. and Boonchub S. (2007). *Survey of service satisfaction of Women's Role Development Fund*. (2015). *Background of the Women's Role Development Fund*. [online].source <http://womenfund.in.th/>. Date of search 14 August 2019.

**แนวทางการสื่อสารของตัวแทนและเครือข่ายเพื่อเสนอบ้านพักพูลวิลล่า
ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย**
Agency and Network Communication Guidelines to Offer Pool Villas
in the Eastern Tourism Development Area to Thai Tourists

กุลรภัศ แสนวัง และพรธชา รอดอาตม์
Kulrapat Saenwang and Phansa Rodart

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาช่องทางการสื่อสาร และวิธีการนำเสนอเนื้อหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาข้อดีและข้อเสียในการสื่อสารระหว่างตัวแทน เครือข่าย และเจ้าของบ้านพักพูลวิลล่า และ 3) เพื่อศึกษาแนวทางการสื่อสารของตัวแทนและเครือข่ายเพื่อเสนอบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการบ้านพักพูลวิลล่า ตัวแทน และเจ้าของบ้านพักพูลวิลล่า รวม 15 ราย

ผลการศึกษาพบว่า 1) ช่องทางการสื่อสาร และวิธีการนำเสนอเนื้อหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวพบว่า มีลักษณะการติดต่อสื่อสารกับผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Line application เนื่องจากสามารถส่งมอบข้อมูลได้ทั้งในรูปแบบของเนื้อหา รูปภาพ เสียงหรือวิดีโอ โดยมีการสื่อสารด้วยข้อมูลการสื่อสารด้วยวาจา และกิริยาต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ โดยตัวแทนจะต้องมีทักษะการสื่อสาร มีทักษะการใช้สื่อออนไลน์ และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า โดยใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับตัวแทนของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย Page facebook และ Line Official 2) ข้อดีและข้อเสียในการสื่อสารระหว่างตัวแทน เครือข่าย และเจ้าของบ้านพักพูลวิลล่า พบว่า การสื่อสารขาดความชัดเจน ปัญหาด้านการใช้ภาษา ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างตัวแทน และปัญหาสิ่งรบกวนในขณะที่ทำการส่งข้อมูลระหว่างกันอยู่บ่อยครั้ง นอกจากนี้ ยังพบว่า การมีบทบาทของตัวแทนเข้ามานั้น สามารถช่วยอำนวยความสะดวกให้กับเจ้าของบ้านพักได้อย่างดี ทั้งในด้านการประสานงาน และการช่วยกระจายข่าวสารเพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้รวดเร็วยิ่งขึ้น 3) แนวทางการสื่อสารของตัวแทนและเครือข่ายเพื่อเสนอบ้านพักพูลวิลล่า พบว่า ควรมีการลงพื้นที่จริงเพื่อตรวจสอบ เพื่อให้ตัวแทนเกิดความเชื่อมั่นในข้อมูล ตลอดจนควรดำเนินการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอ่านเงื่อนไขและข้อตกลงของการเช่าบ้านพักพูลวิลล่าอย่างครบถ้วนเพื่อลดปัญหาหน้งานที่อาจเกิดขึ้นจากการสื่อสารที่ผิดพลาด

คำสำคัญ: บ้านพักพูลวิลล่า; เขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก; ตัวแทน; เครือข่ายบ้านพัก

Abstract

This article aims to 1) to study communication channels. 2) to study the advantages and disadvantages of communicating between agents, networks and pool villa owners, and 3) to study communication methods of agents and networks to offer pool villas in the area. To develop tourism in the eastern region for Thai tourists. Data were collected from in-depth interviews with 3 groups of key informants: tourists who came to use pool villas, agents, and pool villa owners, totaling 15 people.

The study found that 1) communication channels and the method of presenting content in communicating with tourists, it was found that there is communication through social media such as Line application because information can be delivered in the form of content, images, audio or video. with verbal communication information and various behaviors to impress tourists The agent must have communication skills. have online media skills and problem solving on the spot by using communication channels with agents of tourists consisting of Page facebook and Line Official 2) Advantages and disadvantages of communication between agents, networks and pool villa owners found that communication was lacking clarity. language problems Problems between agents And the problem of interference while transmitting data between each other is often also found that the role of the agent comes into it. can help facilitate the homeowners as well both in terms of coordination and disseminating news to reach tourists more quickly. 3) Communication guidelines of agents and networks for proposing pool villas, it was found that there should be an actual site visit to inspect. for agents to gain confidence in the information As well as communicating with tourists should be conducted to encourage tourists to read the terms and conditions of the pool villa rental in its entirety in order to reduce on-site problems that may arise from miscommunication.

Keywords: pool villas; Eastern Tourism Development Zone; agents; network of villas

บทนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคตะวันออกของประเทศไทย มีความสำคัญต่อภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก เนื่องจากมีพื้นที่อยู่ติดชายฝั่งอ่าวไทยด้านตะวันออก ทรัพยากรธรรมชาติจึงมีความโดดเด่น (Muanglue, 2017) โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวภาคตะวันออกมีความประทับใจในความสวยงามตามธรรมชาติและมีความพึงพอใจในประเด็นที่พักประเภท โรงแรม รีสอร์ท และบังกะโลในระดับสูง ประกอบกับระบบขนส่งและโลจิสติกส์ในพื้นที่ภาคตะวันออกที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้

สะดวก รวดเร็ว การบริการการขนส่งสาธารณะเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยวในภาคตะวันออก (Theppitak, 2021)

นอกจากนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเข้าพักในโรงแรมขนาดเล็ก รีสอร์ทและบ้านพักพูลวิลล่ามากขึ้นในปี 2561 ส่งผลให้ที่พักแบบบ้านพักพูลวิลล่ามีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วสืบเนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่พักแบบบ้านพักพูลวิลล่าได้รับความนิยมมากขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวต้องการหลีกเลี่ยงการไปสัมผัสกับบุคคลอื่นในโรงแรม (TATIC, 2022) โดยการติดต่อประสานงานจองบ้านพักแบบพูลวิลล่าจะมีตัวแทนเข้ามาให้บริการผ่านการสื่อสารเสนอบ้านพักพูลวิลล่า ซึ่งมีลักษณะของการสื่อสารผ่าน “สื่อบุคคล” เป็นหลัก พร้อมกับการประสานงานกับเครือข่ายผ่านสื่อออนไลน์หรือช่องทางอื่น ๆ ที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วที่สุด

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ จะนำเสนอความโดดเด่นการสื่อสารผ่านตัวแทนที่ทำหน้าที่ให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวที่สนใจบ้านพักพูลวิลล่าตั้งแต่ก่อนจองจนกระทั่งเช็คเอาท์ นำไปสู่การสร้าง “เครือข่าย” การสื่อสารของตัวแทนหลาย ๆ คน กับเจ้าของพูลวิลล่าหลาย ๆ หลัง ที่แบ่งปันข้อมูล พูดคุยสอบถามช่วยเหลือกัน เพื่อค้นหาบ้านพักพูลวิลล่าตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ ทั้งนี้ การมีตัวแทนและเครือข่ายช่วยทำการสื่อสารเสนอบ้านพักพูลวิลล่าเป็นการอำนวยความสะดวกให้แก่เจ้าของบ้านพักที่ไม่ต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรง ทำให้เจ้าของบ้านพักมีเวลาที่จะปรับปรุงบ้านพักพูลวิลล่าให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งานสามารถต้อนรับลูกค้าได้ทันที นักท่องเที่ยวไม่ต้องโทรศัพท์หรือติดต่อหาเจ้าของบ้านพักที่ละหลัง การมีตัวแทนช่วยประสานงานทำให้ช่วยย่นระยะเวลาการค้นหาบ้านพักให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางการสื่อสารของตัวแทนที่นำไปสู่การสร้างเครือข่ายเพื่อเสนอบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกให้กับนักท่องเที่ยวคนไทยที่มีการสื่อสารอย่างไรบ้าง เช่น การคัดเลือกคนเข้ามาทำหน้าที่ตัวแทน การสื่อสารเพื่อสร้างเครือข่าย การออกแบบสารเพื่อทำการสื่อสารกับตัวแทน เครือข่าย เจ้าของบ้านพัก และลูกค้า รวมทั้งการสื่อสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาช่องทางการสื่อสาร และวิธีการนำเสนอเนื้อหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจเข้าพักบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก
2. เพื่อศึกษาข้อดีและข้อเสียในการสื่อสารระหว่างตัวแทน เครือข่าย และเจ้าของบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก
3. เพื่อศึกษาแนวทางการสื่อสารของตัวแทนและเครือข่ายเพื่อเสนอบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย

ระเบียบวิธีการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 5 ราย กลุ่มที่ 2 คือ ตัวแทนที่เชื่อมระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 5 ราย และกลุ่มที่ 3 เจ้าของบ้านพักพูลวิลล่า จำนวน 5 ราย รวมทั้งสิ้น 15 ราย โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกจากผู้ให้ข้อมูลหลักจากกลุ่มเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Eastern Economic Corridor: EEC) จำนวน 2 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดระยอง และชลบุรี

การเก็บรวบรวมข้อมูลคือ การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) และการค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ (Documentary Research) ที่เกี่ยวข้อง โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การติดต่อประสานงานเพื่อเตรียมสัมภาษณ์ ผู้ศึกษาทำการติดต่อสอบถามความสะดวกในการให้สัมภาษณ์ไปถึงบุคคลที่เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เพื่อกำหนดหมายวัน เวลา สถานที่ ตามความสะดวกของแต่ละบุคคล รวมถึงชี้แจงวัตถุประสงค์ก่อนการสัมภาษณ์ เพื่อขออนุญาตสอบถามข้อมูลในขั้นต่อไป

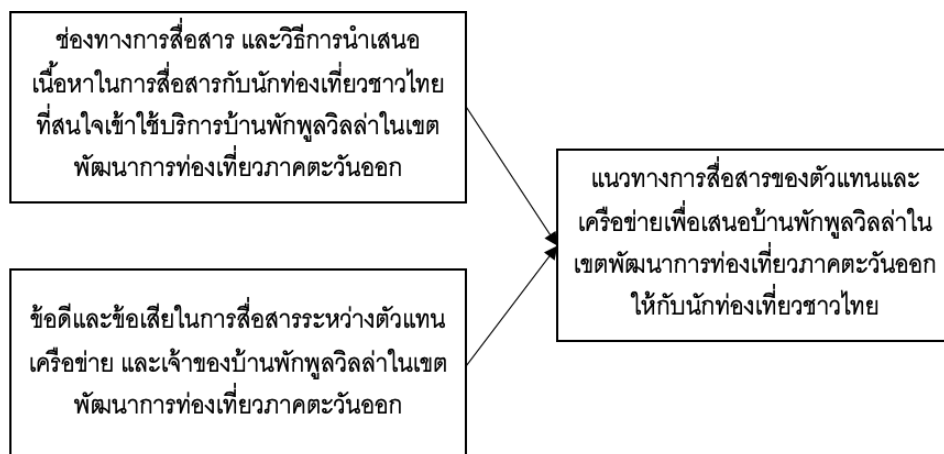
2. ขั้นตอนการสัมภาษณ์ เมื่อถึงกำหนดการนัดหมายเพื่อทำการสัมภาษณ์เก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ศึกษาจะเป็นผู้เข้าสัมภาษณ์ด้วยตนเอง โดยขั้นตอนดังกล่าวจะใช้การจดบันทึกและมีการใช้อุปกรณ์บันทึกเสียง (โทรศัพท์มือถือ) ประกอบการเก็บข้อมูล

3. ขั้นตอนการบันทึกข้อมูลและสรุปผล หลังจากการสัมภาษณ์เสร็จสิ้นลง ผู้ศึกษาจะนำข้อมูลที่มีการบันทึกไว้มาแปรผลจากการถอดการบันทึกเสียง และจัดเรียงข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ เพื่อรวบรวมข้อมูลและนำไปวิเคราะห์ต่อไป

4. ขั้นตอนการวิเคราะห์เอกสาร การรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ เช่น รายละเอียดและรูปถ่ายบ้านพักพูลวิลล่า รายละเอียดการจองบ้านพักพูลวิลล่า เป็นต้น เพื่อนำมาประกอบการสรุปผลและวิเคราะห์ร่วมกับบทสัมภาษณ์

การวิเคราะห์ข้อมูลคือ ผู้ศึกษาจะนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และจากการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) นำมารวบรวมข้อมูลเพื่อจัดเรียง และแยกตามประเด็นต่าง ๆ เพื่อใช้ประกอบการอธิบาย โดยวิเคราะห์ผลการวิจัยภายใต้กรอบแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลให้เป็นอย่างมีระบบ และตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ การศึกษาแนวทางการสื่อสารของตัวแทนและเครือข่ายเพื่อเสนอบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย

แสดงกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาช่องทางสื่อสาร และวิธีการนำเสนอเนื้อหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจเข้าใช้บริการบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก

จากการวิเคราะห์ช่องทางสื่อสาร และวิธีการนำเสนอเนื้อหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจเข้าใช้บริการบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก ประกอบด้วยช่องทางสื่อสารระหว่างตัวแทนกับนักท่องเที่ยว และวิธีการนำเสนอเนื้อหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว แสดงผลการศึกษา ดังนี้

1.1 ช่องทางการสื่อสารระหว่างตัวแทนกับนักท่องเที่ยว

จากผลการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก พบว่า ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับตัวแทนเพื่อจองบ้านพักพูลวิลล่าของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก คือสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ประกอบด้วย Page facebook และ Line Official เป็นหลัก และการโทรศัพท์พูดคุยโดยตรงกับตัวแทน โดยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการหาข้อมูล ทั้งนักท่องเที่ยวและตัวแทนจะนิยมใช้ช่องทาง Page facebook โดยนักท่องเที่ยวจะพิจารณาจากรายละเอียดของข้อมูล และการรีวิวบ้านพักเพื่อประกอบการตัดสินใจ ในขณะที่ตัวแทนจะพิจารณาช่องทางติดต่อสื่อสารจาก ลักษณะการใช้งานที่ง่ายไม่ยุ่งยาก สามารถนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับบ้านพักได้อย่างต่อเนื่อง ส่วนขั้นตอนที่ 2 คือ ขั้นตอนของการสอบถามรายละเอียด นักท่องเที่ยวและตัวแทนจะติดต่อสื่อสารกันผ่านช่องทาง Line Official ทั้งนี้ เนื่องจาก Line Official สามารถส่งรายละเอียดของข้อมูลบ้านพัก ทั้งในรูปแบบข้อความ รูปภาพ วิดีโอ พร้อมทั้งยังเป็นช่องทางที่ติดต่อสื่อสารกันอย่างสะดวก มีความเป็นส่วนตัวมากกว่า และยังสามารถตรวจสอบได้ว่าตัวแทนท่านมีตัวตนอยู่จริง นอกจากนี้ จากการสัมภาษณ์ช่องทางเข้าถึงกลุ่มบ้านพักพูล

วิลล่า พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก ส่วนมาก จะเริ่มค้นหาข้อมูลใน Page Facebook ก่อน เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวจะมีการอัปเดตข้อมูลใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นในนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย

1.2 วิธีการนำเสนอเนื้อหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว

จากผลการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในระบบการจองบ้านพักพูลวิลล่าผ่านตัวแทนที่เชื่อมระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก จะมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับบ้านพักพูลวิลล่าผ่านสื่อออนไลน์ที่มีความน่าเชื่อถือ เพราะสื่อออนไลน์ดังกล่าวจะมีลักษณะเป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตนเอง เช่น ข้อมูล รูปภาพ วิดีโอ และรีวิวบ้านพักพูลวิลล่าต่าง ๆ ที่ผู้อื่นสามารถเข้ามารับชมและแสดงความคิดเห็นกันได้อย่างตรงไปตรงมา นอกจากนี้ยังพิจารณาไปถึงตัวแทนซึ่งถือว่าเป็นผู้ส่งข้อมูลข่าวสาร หากมีการส่งมอบข้อมูลข่าวสารที่ครบถ้วน ประกอบกับมีความคิด ทักษะ ความเชื่อ ก็จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจได้ นอกจากนี้ ในกรณีที่จะมีการจองบ้านพักดังกล่าว ยังมีการยืนยันตัวตนกับโดยใช้บัตรประชาชนแสดงตัวตนก่อนการชำระเงินส่วนมัดจำการจอง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ การจองบ้านพักผ่านตัวแทนที่เชื่อมระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก และความน่าเชื่อถือของการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและรวดเร็ว เพื่อสร้างความมั่นใจ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากพิจารณาความน่าเชื่อถือจากข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับ มีความถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วนสมบูรณ์ และมาจากแหล่งที่น่าเชื่อถือได้ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลดังกล่าวจะต้องถูกส่งมาจากตัวแทนหรือผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ ยังสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจจองบ้านพักกับตัวแทนที่เชื่อมระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกในทันที คือความคุ้มค่าของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคุณค่าของบ้านพักพูลวิลล่าที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ ทั้งนี้ ข้อมูลต่าง ๆ ที่ตัวแทนส่งให้นักท่องเที่ยวหากมีภาพ หรือรีวิวที่น่าเชื่อถือจากผู้เคยเข้าพักจริงจะถือเป็นปัจจัยส่งเสริมที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้ง่ายยิ่งขึ้น นอกจากนี้ สาเหตุที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกกลับมาเที่ยวซ้ำหรือแนะนำคนรู้จักให้เข้ามาจองบ้านพักพูลวิลล่าผ่านตัวแทนอีกครั้ง เนื่องมาจากลักษณะของการบริการด้านการให้ข้อมูลที่ดีในระหว่างการติดต่อสื่อสารกัน ทั้งในด้านการสื่อสารด้วยข้อมูล การสื่อสารด้วยวาจา และกิริยาต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและกลับมาเที่ยวซ้ำหรือแนะนำคนรู้จักให้เข้ามาจองบ้านพักพูลวิลล่าผ่านตัวแทนอีกครั้ง นอกจากนี้ คุณสมบัติของตัวแทนด้านการสื่อสารของตัวแทนนั้นควรมีความสุภาพ ใจเย็น พร้อมทั้งทักษะการพูดที่อธิบาย แนะนำ ให้ข้อมูลที่แท้จริง ทักษะการ

ใช้สื่อออนไลน์ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การติดต่อประสานงาน และมีความสัมพันธ์อันดีกับเครือข่าย/เจ้าของบ้านพักด้วยตนเอง

2. ผลการศึกษาศึกษาข้อดีและข้อเสียในการสื่อสารระหว่างตัวแทน เครือข่าย และเจ้าของบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก

การวิเคราะห์ผลการศึกษาค้นคว้าข้อดีและข้อเสียในการสื่อสารระหว่างตัวแทน เครือข่าย และเจ้าของบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก แสดงผลการศึกษา ดังนี้

2.1 ข้อดีสำหรับการสื่อสารโดยใช้ตัวแทน เพื่อเสนอบ้านพักพูลวิลล่า

จากการสัมภาษณ์ พบว่า ข้อดีของการมีตัวแทนที่เชื่อมระหว่างผู้ประกอบการกับบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก บ้านพักเป็นที่รู้จักมากขึ้น สามารถช่วยอำนวยความสะดวกให้กับเจ้าของบ้านได้อย่างดี ทั้งในด้านการประสานงาน และช่วยกระจายข่าวสารเพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้รวดเร็วยิ่งขึ้น

2.2 ข้อเสีย ในการสื่อสารระหว่างตัวแทน นักท่องเที่ยว และเจ้าของบ้านพักพูลวิลล่า

จากผลการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก พบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นในการสื่อสารระหว่างตัวแทน คือ การสื่อสารขาดความชัดเจน ซึ่งเป็นต้นเหตุที่ทำให้การติดต่อสื่อสารที่ผิดพลาด นอกจากนี้ จากผลการสัมภาษณ์ตัวแทนกับเจ้าของบ้านพัก พบว่า ปัญหาการสื่อสารระหว่างตัวแทนคือ การเลือกใช้คำในการสื่อสาร ข้อมูลไม่ครบถ้วน และความล่าช้าในการตอบคำถาม

อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์ยังพบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างตัวแทนกับนักท่องเที่ยว คือ ข้อมูลไม่ครบถ้วน สอบถามข้อมูล แต่ไม่มีการจองที่พัก ความคาดหวังของลูกค้าไม่เป็นไปตามที่คิดไว้ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกไม่เป็นไปตามที่คิดไว้ เป็นต้น การยกเลิกการเข้าพักเพราะไม่พอใจที่บ้านพัก เนื่องจากไม่ตรงกับที่ตกลงกับตัวแทน ไม่สามารถปิดการขายได้ เพราะลูกค้าไม่เชื่อถือ/ไม่เชื่อใจ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนมากจะมีความคาดหวังก่อนได้เข้าพักจริง เมื่อข้อมูลที่ได้รับไม่ถูกต้องตามความเป็นจริง อาจเกิดปัญหาการเข้าใจผิดขึ้นได้

จากการสัมภาษณ์ ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างตัวแทนกับเจ้าของบ้านพักพูลวิลล่า พบว่า มีสิ่งรบกวน ในขณะที่ทำการส่งข้อมูลระหว่างกัน เช่น เจ้าของบ้านพักไม่ให้ความร่วมมือแก้ไขปัญหาให้กับนักท่องเที่ยว สัญญาณการสื่อสารขัดข้อง ติดต่อกันไม่ได้ รวมถึงข้อมูลที่ให้กับนักท่องเที่ยวจากตัวแทนกับเจ้าของบ้านพักไม่ตรงกัน

จากผลการสัมภาษณ์เจ้าของบ้านพักพูลวิลล่า พบว่า ปัญหาในการสื่อสารของเจ้าของบ้านพักพูลวิลล่ากับตัวแทนกับนักท่องเที่ยว คือ ตัวแทนให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวไม่ครบถ้วน เช่น กฎระเบียบของบ้านพัก ตัวแทนไม่ตรวจสอบข้อมูลให้เป็นปัจจุบันก่อนส่งต่อข้อมูลให้นักท่องเที่ยว รวมถึง

ตัวแทนใหม่ ประสบการณ์ไม่มาก ทำให้สื่อสารไม่ครอบคลุมและไม่ชัดเจน ทำให้เกิดปัญหาหน้างาน และระบบจัดการหลังบ้าน เป็นต้นเหตุที่ทำให้การติดต่อสื่อสารที่ผิดพลาดได้

3. ผลการศึกษาแนวทางการสื่อสารของตัวแทนและเครือข่ายเพื่อเสนอบ้านพักพูลวิลล่า ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย

3.1 แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการลงพื้นที่ตรวจสอบบ้านพักพูลวิลล่า

สำหรับแนวทางการแก้ไขปัญหาลงพื้นที่เพื่อตรวจสอบบ้านพักว่าเป็นไปตามที่เจ้าของบ้านพักแจ้งไว้หรือไม่นั้น ควรมีการลงพื้นที่จริงเพื่อตรวจสอบ ประกอบกับการใช้การสื่อสารในรูปแบบแบบ ซึ่งหน้า เพื่อให้ตัวแทนเกิดความเชื่อมั่นในข้อมูลดังกล่าว ทั้งนี้ เนื่องจากการสื่อสารกันต่อหน้าจะส่งผลให้ผู้ส่งสารเข้าใจความรู้สึกและอ่านความคิดของคู่สนทนาได้ดีกว่า นอกจากนี้ การที่ตัวแทนได้เข้าไปเยี่ยมชมสถานที่จริง เพื่อตรวจสอบความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น อุปกรณ์อาบน้ำ ผ้าเช็ดตัว อุปกรณ์เครื่องครัวที่สามารถนำมาประกอบอาหารได้ เช่น เตาปิ้งย่าง ถ้วย จานชามต่าง ๆ และอุปกรณ์สร้างความบันเทิงต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ เครื่องเล่นเสียง คาราโอเกะ จะช่วยให้ตัวแทนสามารถยืนยันความพร้อมของบ้านพักพูลวิลล่าหลังนั้น ๆ ให้กับลูกค้าได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วน ในขณะเดียวกัน เจ้าของบ้านพักพูลวิลล่ายังสามารถทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวจากตัวแทน เพื่อนำความต้องการดังกล่าวมาพัฒนา ปรับปรุงบ้านพักพูลวิลล่าให้มีลักษณะสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายต่อไป

3.2 แนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว

สำหรับแนวทางการแก้ไขปัญหาด้านการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว นั้น ตัวแทนควรดำเนินการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอ่านเงื่อนไขและข้อตกลงของการเข้าบ้านพักพูลวิลล่าอย่างครบถ้วนเพื่อลดปัญหาหน้างานที่อาจเกิดขึ้นจากการสื่อสารที่ผิดพลาด พร้อมทั้งจัดกิจกรรมการฝึกอบรมสำหรับตัวแทนใหม่ ๆ เพื่อป้องกันข้อผิดพลาดในการสื่อสารจากเจ้าของบ้านพักพูลวิลล่าที่ให้ข้อมูลไม่ครบ และไม่อัปเดตข้อมูล

บทสรุป

การศึกษาเรื่อง แนวทางการสื่อสารของตัวแทนและเครือข่ายเพื่อเสนอบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย สามารถสรุปและอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาช่องทางการสื่อสาร และวิธีการนำเสนอเนื้อหาในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจเข้าใช้บริการบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก

จากผลการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก พบว่า ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับตัวแทนเพื่อจองบ้านพักพูลวิลล่าของ

นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก คือสื่อออนไลน์ เพราะสื่อออนไลน์ดังกล่าวจะมีลักษณะเป็นสื่อในการนำเสนอผลงานของตัวเอง เช่น ข้อมูล รูปภาพ วิดีโอ และรีวิวบ้านพักพูลวิลล่าต่าง ๆ ที่ผู้อื่นสามารถเข้ามารับชมและแสดงความคิดเห็นกันได้อย่างตรงไปตรงมา โดยมีวิธีการนำเสนอเนื้อหาในการสื่อสารโดยอาศัยความน่าเชื่อถือของการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและรวดเร็ว เพื่อสร้างความมั่นใจ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากพิจารณาความน่าเชื่อถือจากข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับมีความถูกต้อง ชัดเจน ครบถ้วนสมบูรณ์ และมาจากแหล่งที่น่าเชื่อถือได้ อย่างไรก็ตามข้อมูลดังกล่าวจะต้องถูกส่งมาจากตัวแทนหรือผู้ส่งสารที่มีความน่าเชื่อถือด้วยเช่นกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hovland et al. (1953) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลข่าวสาร โดยระบุว่าผู้รับสารมีแนวโน้มที่จะโน้มน้าวใจได้มาก เมื่อแหล่งข้อมูลข่าวสารสามารถนำเสนอได้ว่ามีความรู้ ความสามารถ ความน่าเชื่อถือ รวมไปถึงการมีประสบการณ์ในสิ่งที่แหล่งสารได้ อีกทั้งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bonachristus Umeogu (2012) กล่าวว่า ขอบเขตปัจจัยไว้ว่าความน่าเชื่อถือมี 3 มิติที่สำคัญ ได้แก่ 1) ความสามารถ (Competence) ของแหล่งสาร 2) ความน่าไว้วางใจ (Trustworthiness) และ 3) ความปรารถนาดี (Goodwill) ทั้งนี้ จากผลการศึกษาสอดคล้องกับการศึกษาของ สตรีรัตน์ จันทร์ศรี (2559) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่พักในประเทศไทยผ่านผู้ให้บริการจองโรงแรมที่พักออนไลน์ ด้วยวิธีการแจกแบบสอบถามแบบอิเล็กทรอนิกส์ไปยังเพชบุรีและไลน์ จำนวน 172 กลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล ส่งผลโดยตรงต่อการรับรู้ความน่าเชื่อถือของเจ้าของสาร และความเชื่อมั่นในตัวแทนอิเล็กทรอนิกส์ส่งผลทางตรงและทางอ้อมต่อการรับรู้ความน่าเชื่อถือของเจ้าของสาร

2. ผลการศึกษาข้อดีและข้อเสียในการสื่อสารระหว่างตัวแทน เครือข่าย และเจ้าของบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก

ข้อดีและข้อเสียในการสื่อสารระหว่างตัวแทน เครือข่าย และเจ้าของบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก คือ การสื่อสารขาดความชัดเจน ปัญหาด้านการใช้ภาษา ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างตัวแทน และปัญหาสิ่งรบกวนในขณะที่ทำการส่งข้อมูลระหว่างกันอยู่บ่อยครั้ง นอกจากนี้ ยังพบว่า การมีบทบาทของตัวแทนเข้ามานั้น สามารถช่วยอำนวยความสะดวกให้กับเจ้าของบ้านพักได้อย่างดี ทั้งในด้านการประสานงาน และการช่วยกระจายข่าวสารเพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ นิติพล ภูตะโชติ (2556) และ สกุรัตน์ แจ่มหิรัญ (2561) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้การติดต่อสื่อสารเกิดความผิดพลาด มีสาเหตุมาจากหลาย ๆ ปัจจัย ได้แก่ 1) การขาดความชัดเจน 2) การดัดแปลงข้อมูล และ 3) สิ่งรบกวน 4) ข้อมูลไม่มีความทันสมัย 5) ข้อมูลต้องมีความถูกต้อง ไม่ผิดไปจากความเป็นจริง 6) ขาดทักษะการสื่อสาร 7) ขาดความน่าเชื่อถือ และ 8) ตัวแทนขาดทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าในวันที่นักท่องเที่ยวเข้าพักจริง โดยหากพบปัญหาหน้างาน ตัวแทนไม่สามารถแก้ไขปัญหาได้ อาจจะทำให้ท่องเที่ยวเกิดความไม่พอใจอย่างมาก นอกจากนี้ แนวคิดของ Hovland et al.

(1953) กล่าวว่า ความน่าเชื่อถือของผู้ส่งสารแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะด้วยกัน คือ ความน่าเชื่อถือที่เกิดขึ้นก่อนการสื่อสาร (Initial Credibility) ความน่าเชื่อถือที่เกิดขึ้นระหว่างการสื่อสาร (Transaction Credibility) และความน่าเชื่อถือที่เกิดขึ้นภายหลังการสื่อสาร (Terminal Credibility) อย่างไรก็ตาม จากปัญหาการสื่อสารที่เกิดขึ้นดังที่กล่าวมาข้างต้นนั้น สกุลรัตน์ แจ่มศิริ (2561) กล่าวว่า วิธีการเพิ่มประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสาร มี 5 วิธีด้วยกันคือ การเปิดโอกาสให้ผู้รับข่าวสารให้ข้อมูลย้อนกลับ (Use feedback) การใช้ภาษาต่างๆในการสื่อสาร (Simplify Language) การตั้งใจรับฟัง (Listen Actively) การติดต่อสื่อสารหลายวิธี (Multiple Channels) ควบคุมอารมณ์และความรู้สึก (Constrain Emotions) ทั้งนี้ เนื่องจากการติดต่อสื่อสารมีโอกาสจะเกิดความผิดพลาดได้ง่ายและในทุกสถานการณ์ ก็มีโอกาสจะมีปัญหาในเรื่องของการติดต่อสื่อสาร เพื่อเป็นการแก้ปัญหาดังกล่าว ตัวแทนจึงควรมีการวางระบบของการติดต่อสื่อสารให้ดีและถูกต้อง เพราะการติดต่อสื่อสารเป็นเครื่องมืออีกอย่างหนึ่งในการบริหารจัดการ หากการติดต่อสื่อสารเกิดความล้มเหลวจะทำให้การทำงานไม่บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมาย นอกจากนี้ ตัวแทนควรแก้ไข้ปัญหาโดยการสร้างเครือข่ายร่วมกับเจ้าของบ้านพักพูลวิลล่า พร้อมทั้งจัดกิจกรรมอบรม สร้างพี่เลี้ยงตัวแทนคอยเข้ามาให้คำแนะนำ ช่วยเหลือตัวแทนหน้าใหม่ โดยใช้การสื่อสารในรูปแบบการกระจายอำนาจ (Decentralized Communication) ทั้งนี้ สกุลศรี ศรีสราล (2557) ได้กล่าวไว้ว่า การสื่อสารแบบกระจายอำนาจ (Decentralized Communication) เป็นการสื่อสารที่สมาชิกในกลุ่มติดต่อกันโดยอิสระไม่มีใครตัดสินใจคนเดียว แต่ร่วมกันคิดร่วมกัน แก้ปัญหาเป็นวิธีที่ใช้ได้ตรงกับกระบวนการกลุ่มเพราะทุกคนมีปฏิสัมพันธ์กัน (Interaction) ผลที่ออกมาจะได้ทั้งผลผลิต (Product) และกระบวนการ (Process) ของกลุ่มที่จะนำไปสู่การตัดสินใจเลือกเข้าพักบ้านพักพูลวิลล่าของนักท่องเที่ยวต่อไป

3. ผลการศึกษาแนวทางการสื่อสารของตัวแทนและเครือข่ายเพื่อเสนอบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย

แนวทางการสื่อสารของตัวแทนและเครือข่ายเพื่อเสนอบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า มีการสื่อสารด้วยข้อมูลการสื่อสารด้วยวาจาและกิริยาต่าง ๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ โดยตัวแทนจะต้องมีทักษะการสื่อสาร มีทักษะการใช้สื่อออนไลน์ และการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า โดยใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารกับตัวแทนของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย Page facebook และ Line Official ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ นิติพล ภูตะโชติ (2556) และ สกุลรัตน์ แจ่มศิริ (2561) กล่าวว่า องค์ประกอบที่สำคัญของการติดต่อสื่อสาร ประกอบด้วย ผู้ส่งข่าว (Sender) ข้อมูลข่าวสาร (Message) สื่อ (Media) ผู้รับข่าวสาร (Receiver) การตอบสนอง (Response) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ส่งข้อมูลข่าวสาร แบ่งเป็น 3 กลุ่มด้วยกัน คือ ตัวแทนกับเจ้าของบ้านพักพูลวิลล่า ตัวแทนกับนักท่องเที่ยว และตัวแทนกับตัวแทนด้วยกัน นอกจากนี้ พิบูล ที่ปะปาล (2550) กล่าวว่า การติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคล เป็นการติดต่อเพื่อสื่อความหมายถ่ายทอดความคิดระหว่างสมาชิกด้วยกันภายในกลุ่มหรือระหว่างกลุ่มสมาชิกซึ่งกันและกันและแบ่งวิธีการสื่อสารระหว่างบุคคล

ออกเป็น 3 รูปแบบ คือ การติดต่อสื่อความหมายด้วยเอกสารและลายลักษณ์อักษร (Written Communication) เป็นการติดต่อสื่อความหมายในลักษณะที่มีระเบียบแบบแผนที่แน่นอนและกำหนดไว้ อย่างชัดเจน การติดต่อสื่อความหมายด้วยวาจา (Oral Communication) เป็นการติดต่อสื่อสารในลักษณะ ที่เป็นทั้งระเบียบแบบแผนและไม่มีระเบียบแบบแผน เป็นรูปแบบการสื่อสารที่ใช้กันมากที่สุด และการ ติดต่อสื่อความหมายด้วยกิริยาท่าทางและสัญลักษณ์ (Nonverbal Communication) เป็นการ ติดต่อสื่อสารที่ไม่เป็นทางการ แต่เป็นที่ยอมรับกันในกลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องหรือในกลุ่มที่รู้จัก คู่กันเคยกัน การสื่อ ความจะใช้ท่าทางหรือการเคลื่อนไหวร่างกาย การเน้นเสียง การแสดงสีหน้า ทั้งนี้ การสร้างเครือข่ายการ สื่อสาร (Network Communication) พบว่า มีลักษณะเป็นการสื่อสารแบบมีศูนย์กลาง (Centralized Communication) เนื่องจากเป็นการสื่อสารที่มีตัวแทนเป็นศูนย์กลาง โดยนักท่องเที่ยวนและเจ้าของบ้านพัก พูลวิลล่าจะไม่มีการติดต่อกันโดยตรง แต่ต้องผ่านคนกลาง

นอกจากนี้ ลักษณะการทำงานดังกล่าว เป็นไปตามแนวคิดของ ศรีธัญย์ จันทร์หาญ (2560) กล่าวว่า เมื่อมีสภาพของการเป็นสื่อสังคม สิ่งสำคัญก็คือการสนทนาที่เกิดขึ้น อาจจะเป็นการร่วมกลุ่มคุยในเรื่อง ที่สนใจร่วมกัน หรือการวิพากษ์วิจารณ์สินค้าหรือบริการต่าง ๆ โดยที่ไม่มีใครเข้ามาควบคุมเนื้อหาของ การสนทนา แม้กระทั่งตัวผู้ผลิตเนื้อหาเองเพราะผู้ที่ได้รับสารมีสิทธิที่จะเข้าร่วมในรูปแบบของการเพิ่มเติม ความคิดเห็น อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ สกุลศรี ศรีสารคาม (2557) กล่าวว่า สื่อออนไลน์ที่เป็นการ สื่อสารสองทางการเข้าถึงในวงกว้างสื่อออนไลน์เป็นสื่อใหม่ที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง เพราะมีการ ปฏิสัมพันธ์กับสาร และเผยแพร่ต่อได้เชื่อมโยงข้อมูลได้จำนวนมาก นำไปสู่การหลอมทัศนคติและ พฤติกรรม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ ระวี แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสปาโล (2556) กล่าวว่า สื่อสังคมออนไลน์ จะช่วยสร้างความสัมพันธ์ทำให้ผู้คนสามารถทำความเข้าใจแลกเปลี่ยนความคิดเห็น แบ่งปันประสบการณ์ร่วมกันในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง และยังสอดคล้องกับการศึกษาของ วาระดี ปัทมา นนท์ (2551) ได้ทำการศึกษารูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล (interpersonal communication) และการ โน้มน้าวใจ (persuasion) ในการดำเนินธุรกิจการตลาดแบบจำหน่ายตรง (direct selling) ของบริษัทแอม เวย์ (ประเทศไทย) จำกัด ผลการศึกษาพบว่า นักธุรกิจจำหน่ายตรง ใช้รูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล ส่วนใหญ่ใช้รูปแบบโทรศัพท์ทำการโทรนัดหมายกับลูกค้าก่อนทำการนัดพบปะกับลูกค้า และหลังจากนั้น จึงทำการส่งข้อมูล ข่าวสารต่างๆ ที่ประโยชน์ในเรื่องตัวผลิตภัณฑ์หรือระบบการบริหารเครือข่ายให้กับกลุ่ม เป้าหมายของนักธุรกิจทราบเป็นระยะ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายมั่นใจเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ว่ามีคุณภาพ และ ภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทที่มีความมั่นคงเชื่อถือได้จึงจะสร้างความมั่นใจได้จากผู้รับสาร ทำให้ปิดการขาย ได้ง่ายขึ้น และสอดคล้องกับการศึกษาของ ชนิกพรธรณ วรดิลก (2559) ได้ทำการศึกษาเครือข่ายการสื่อสาร และการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้บริโภคอาหารคลีน ด้วยการดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ตัวบท การสังเกตภาคสนามแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เจาะลึก ผลการวิจัยพบว่า การสร้างเครือข่ายการ สื่อสาร (Network Communication) ของกลุ่มผู้บริโภคอาหารคลีน ส่งผลให้มีการรวมตัวกันของกลุ่มอย่าง

เหนียวแน่น มีอิทธิพลและบทบาทต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทิศทางและเนื้อหาการสื่อสารภายในกลุ่ม ทำให้ปริมาณและอัตราการสื่อสารกระจายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง

ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาในครั้งนี้มุ่งศึกษา นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก ตัวแทนที่เชื่อมระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออก เจ้าของกิจการบ้านพักพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเท่านั้น ดังนั้นในการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างในภูมิภาคอื่น ๆ ร่วมด้วย

2. จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาเห็นว่าควรมีการเพิ่มการสัมภาษณ์นักการตลาดด้านธุรกิจบ้านพักสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อสามารถนำผลการศึกษามาวางแผนการตลาดได้ในอนาคต ทั้งนี้เพื่อให้สามารถตอบโต้ภัยความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

3. ควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพควบคู่กับการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเชิงลึกของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้ผลการวิจัยมีข้อมูลเชิงลึกหลายด้านมากขึ้น และทราบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการต่อบ้านพักพูลวิลล่าอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

ชนกพรพรรณ วรดิถก. (2559). *เครือข่ายการสื่อสารและการสร้างอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้บริโภคอาหารคลีน*.

วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นิติพล ภูตะโชติ. (2556). *พฤติกรรมองค์การ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิบูล ทีปะปาล. (2550). *พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่*. กรุงเทพฯ: อมรรกาพิมพ์.

ระวี แก้วสุกใส และชัยรัตน์ จุสปาโล. (2556). เครือข่ายสังคมออนไลน์: กรณีเฟสบุ๊ก (Facebook) กับการพัฒนาผู้เรียน. *วารสารมหาวิทยาลัยนเรศวรวารสารวิชาการ* 5(1): 197-215.

วาระดี ปัทมานนท์. (2551). *การวิจัยรูปแบบการสื่อสารระหว่างบุคคล (Interpersonal Communication) และการโน้มน้าวใจ (Persuasion) ในการดำเนินธุรกิจการตลาดแบบจำหน่ายตรง (Direct Selling) ของบริษัทแอมเวย์ (ประเทศไทย) จำกัด*. วารสารศาสตร์มหาบัณฑิต (การจัดการการสื่อสารภาครัฐและเอกชน) คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศรัณย์ จันทร์หาญ. (2560). *เครือข่ายการสื่อสารออนไลน์ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายรถยนต์ในชีวิตประจำวันเพื่อการเดินทางในเขตกรุงเทพมหานคร*. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต นิเทศศาสตร์และนวัตกรรม คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สฤกษ์รัตน์ แจ่มหิรัญ. (2561). *การสื่อสารระหว่างบุคคลมีผลต่อการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจนครบาล*. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

- สกุลศรี ศรีสารคาม. (2557). *จริยธรรมการใช้สื่อออนไลน์และสื่อสังคมในกระบวนการซื้อขายของสื่อไทยในยุคดิจิทัล*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.).
- สตรีรัตน์ จันทร์ศรี. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตั้งใจเลือกใช้บริการโรงแรมที่พักในประเทศไทยผ่านผู้ให้บริการจองโรงแรมที่พักออนไลน์*. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ) สาขาวิชาการระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Bonachristus Umeogu. (2012). Source credibility: a philosophical analysis. *Open Journal of Philosophy* 2 (2):112-115.
- Hovland, C. I., Janis, I. L., & Kelley, H. H. (1953). *Communication and persuasion; psychological studies of opinion change*. Yale University Press.
- Kelman, H. C. (1961). Processes of opinion change. *Public Opinion Quarterly*, 25(1), 57-78.
- Muanglue, R. (2017). The Guideline Development for Sustainable Tourism of Eastern Coast in Chonburi Province *Dusit Thani Colledge Pattaya*, 11(Special).
- TATIC. (2022). *The Study of Thai Tourist Behavior in 2022*. T. A. o. T. (TAT).
- Theppitak, T. (2021). Developing Sustainable Tourism in Eastern Provinces of Thailand by Using Tourism Logistics Strategy and Management. *Management Science journal*.

กิจการเพื่อสังคมกับความยั่งยืนทางธุรกิจ : กรณีศึกษามูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

Social Enterprise and Business Sustainability:

Chaophraya Abhaibhubejhr Hospital Foundation Case

จรรยา ชูทับ¹, ศุภักฎณ ชัยฤทธิ์¹ และเจษฎา นกน้อย²

Chanya Chootup, Supakkoon Chairit and Chetsada Noknoi

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษารูปแบบกิจการเพื่อสังคม กรณีศึกษามูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ซึ่งเป็นกิจการเพื่อสังคมรูปแบบหน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ (Government Sector and State Enterprise) โดยมีเป้าหมายหลักในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านสุขภาพของไทยมาใช้ในการดูแลสุขภาพของคนไทย โดยมุ่งเน้นการพึ่งพาตนเอง และเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์พืชสมุนไพรอย่างครบวงจร และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนด้วยการสร้างรายได้จากการปลูกพืชสมุนไพร และจัดกิจกรรมที่เน้นสร้างประโยชน์โดยตรงกับชุมชน 2) ศึกษาการบริหารจัดการองค์กรอย่างยั่งยืน กรณีศึกษามูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ด้วยการสร้างความสมดุลของ 3 มิติ ที่สำคัญ คือ 1. มิติด้านเศรษฐกิจ (Economy) ด้วยการยกระดับการวิจัยสมุนไพรให้ได้รับการยอมรับทำให้เกิดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ยา อาหารเสริม เครื่องสำอาง และการให้บริการรูปแบบสปา เพื่อให้เกิดการนำสมุนไพรมาใช้ในหลายรูปแบบ 2. มิติด้านสังคม (Society) เป็นหน่วยงานที่ให้ความรู้ ด้านวิชาการและข้อปฏิบัติในการดำเนินชีวิตแบบห่างไกลโรค ด้วยสมุนไพร 3. มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้สมุนไพรที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ และ 3) เสนอแนวทางการนำการบริหารจัดการองค์กรอย่างยั่งยืนไปปรับใช้ในองค์กรต่าง ๆ ให้สามารถยืนหยัดและแข่งขันได้อย่างมั่นคง โดยตระหนักถึงการกำหนดเป้าหมายขององค์กรอย่างชัดเจน การกำหนดแผนกลยุทธ์โดยมองภาพทั้งระบบ ครอบคลุมผู้มีส่วนได้เสียตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของคน และสร้างความสมดุลของ 3 มิติ มีการติดตามผล และประเมินการปฏิบัติงาน พร้อมทบทวนกระบวนการทำงาน เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : ภัยภูเบศร; กิจการเพื่อสังคม; ความยั่งยืน

¹ นิสิตหลักสูตรบริหารธุรกิจดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

D.B.A. student in Business Management, Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University

² รองศาสตราจารย์ ดร., คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ

Associate Professor Dr., Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University

Abstract

This article aims 1) to study the Chaophraya Abhaibhubejhr Hospital Foundation, a Social Enterprise affiliated with government agencies and state enterprises (Government Sector and State Enterprise) with the main goal of applying local wisdom on health of Thailand to take care of Thai people's health. focusing on self-reliance and to develop comprehensive herbal products and promoting the community economy by generating income from growing medicinal plants and organize activities that focus on directly benefiting the community for sustainable business operations 2) Study the sustainable management of the organization Case Study of Chaophraya Abhaibhubejhr Hospital Foundation Creating of an important 3-Dimensions balancing is implemented for the sustainable organization management including (1) economy dimension; enhancing and developing herbal research resulting in an innovation of pharmaceutical products, dietary supplements, herbal cosmetics as well as optimizing the use of herbs in several forms in spa services, (2) society dimension; providing people and public an academic knowledge about herbs and practical living guidelines to be healthy and free from diseases by using herbs and (3) environment dimension; focusing on product development using herbs certified by organic agriculture standard 3) Propose guidelines for implementing sustainable corporate management in organizations that can effectively get through formulation of strategic plans by looking at the whole system Covering stakeholders from upstream midstream and downstream including the development of human potential and create a balance of 3 dimensions, with monitoring and evaluating performance ready to review the work process for sustainable business growth.

Keywords: Chaophraya Abhaibhubejhr; Social Enterprise; Sustainability

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนในสังคม ในวงกว้าง เช่น การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ภาวะโรคเรื้อรัง การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ ทำให้เกิดปัญหาเศรษฐกิจ ความเหลื่อมล้ำในสังคม การนำทรัพยากรที่มีอยู่ในธรรมชาติ มาใช้ และก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างมากมาย จึงมีแนวคิดที่จะแก้ปัญหาสังคมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน โดยการนำแนวคิดกิจการเพื่อสังคม หรือ Social Enterprise (SE) ถูกนิยามขึ้นครั้งแรกโดยนักเศรษฐศาสตร์ชาวบังกลาเทศ ศาสตราจารย์มูฮัมหมัด ยูนุส (Muhammad Yunus) เจ้าของรางวัลโนเบล สาขาสันติภาพ ปี พ.ศ. 2549 (พัชรี บอนคำ, 2562) กิจการเพื่อสังคม หรือวิสาหกิจเพื่อสังคม ตามที่ปรากฏในพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 ระบุไว้ คือ นิติบุคคลที่ตั้งขึ้นตามกฎหมายไทย

ซึ่งดำเนินกิจการเกี่ยวกับการผลิต การจำหน่ายสินค้า หรือการบริการ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสังคมเป็นเป้าหมายหลักของกิจการ ข้อมูล ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2564 มีวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ได้รับการจดทะเบียนแล้วทั้งสิ้น 148 องค์กร (สุदारัตน์ โรจนพงศ์เกษม, 2564) กิจการเพื่อสังคมมีภารกิจเพื่อสร้างประโยชน์ทางสังคมและชุมชน โดยใช้กิจกรรมทางการค้า (Barraket and Douglas, 2016) โดยมีได้มุ่งเน้นผลกำไรแต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นการเปลี่ยนทัศนคติในการทำธุรกิจให้เน้นถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับธุรกิจ โดยเน้นไปที่การนำผลกำไรไปพัฒนาสังคม ให้สังคมเกิดรายรับจากการเอากำไรดังกล่าวไปพัฒนา จนทำให้สังคมนั้นมีเงินหมุนเวียนพอที่จะดำเนินกิจการต่อไป (ชญาพร มหาวงศ์นันท์, 2563) อีกทั้งยังเน้นการใช้นวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหา คิดค้นวิธีการใหม่ ๆ ที่สามารถแก้ปัญหาที่เป็นเป้าหมายของการดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ผลยั่งยืน สามารถต่อยอดผลลัพธ์ได้ และอาศัยความร่วมมืออย่างกว้างขวาง เพื่อใช้ศักยภาพเฉพาะทางของหน่วยงานต่าง ๆ ในเครือข่ายเพื่อร่วมแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อน รวมทั้งการนำกลไกการบริหารจัดการที่ดีของภาคธุรกิจไปปรับใช้เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการได้อย่างยั่งยืน และสร้างผลลัพธ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม อันมีส่วนสนับสนุนสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมทั่วโลก (Jayawardhana, Fernando and Siyambalapitiya, 2022) นอกจากนี้กิจการเพื่อสังคมจะคำนึงถึงผลประโยชน์ของผู้ถือหุ้นหรือเจ้าของกิจการแล้วยังต้องรับผิดชอบต่อผลกระทบจากกระบวนการทางธุรกิจ นับตั้งแต่ผลกระทบเชิงลบไปจนถึงการส่งมอบผลกระทบเชิงบวกในรูปของคุณค่าให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและสังคมโดยรวม จากที่กล่าวมาทั้งหมดจะเห็นได้ว่า กิจการเพื่อสังคมเป็นรูปแบบหนึ่งของธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการคืนกำไรให้แก่สังคม และสอดคล้องกับองค์การสหประชาชาติที่เรียกว่า เป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน Sustainable Development Goals (SDGs) จึงเป็นความท้าทายในการที่จะดำเนินกิจการให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจรูปแบบและแนวทางการดำเนินกิจการของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ซึ่งดำเนินธุรกิจแบบ Social Enterprise ที่ก่อตั้งโดยหน่วยราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีค่อนข้างน้อย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษารูปแบบกิจการเพื่อสังคมกรณีศึกษามูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร 2) ศึกษาการบริหารจัดการองค์กรอย่างยั่งยืนกรณีศึกษามูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร และ 3) เสนอแนวทางการนำการบริหารจัดการองค์กรอย่างยั่งยืนไปปรับใช้ในองค์กรต่าง ๆ

รูปแบบกิจการเพื่อสังคม

กิจการเพื่อสังคมมีพันธกิจหลักเพื่อช่วยขจัดปัญหาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งต่างจากวิสาหกิจดั้งเดิมที่มีพันธกิจเพื่อการทำกำไรและไม่มีพันธกิจในการแก้ปัญหาของสังคมอย่างชัดเจน รูปแบบกิจการเพื่อสังคมในประเทศไทยมีหลากหลายรูปแบบตามวัตถุประสงค์ในการจัดตั้ง ประเด็นความสนใจ หรือเป้าหมายในแก้ไขปัญหาสังคม ชุมชน หรือสิ่งแวดล้อมในด้านต่าง ๆ (เกวลิน มะลิ, 2557; ศักดิ์ดีดา ศิริภัทรโสภณ, 2558) ได้แก่

1. เครือข่ายองค์กรชุมชน (Community-Based Social Enterprise) เช่น วิชาหกิจชุมชน ท้องเที่ยวชุมชน สหกรณ์ องค์กรการเงินชุมชน สามารถแก้ไขปัญหาสังคม สุขภาวะ และสิ่งแวดล้อมใน ชุมชนได้เป็นอย่างดี ดำเนินกิจการโดยคนในชุมชนซึ่งเข้าใจปัญหาอย่างแท้จริง เช่น กลุ่มวิชาหกิจชุมชน ผลิตเมล็ดพันธุ์พืช บ้านโนนสว่าง อำเภอบ้านด่าน และบ้านหนองมะค่าแต้ อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ และ กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต บ้านธาตุเทิง กลุ่มภูฝอยลมยางพารา บ้านป่าแฉม จังหวัดอุบลราชธานี (พิพัฒน์พงศ์ มาศิริ, 2562)

2. องค์กรสาธารณประโยชน์ (Non-Government Organization) ริเริ่มกิจการเพื่อสังคมด้วยเงิน บริจาคหรือเงินให้เปล่า ซึ่งเป็นแหล่งเงินทุนหลัก กิจการในกลุ่มนี้ประสบปัญหามากกว่ากลุ่มอื่นในเรื่องของ การพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถในการบริหารงานเชิงธุรกิจ เช่น มูลนิธิแม่ฟ้าหลวงฯ เพื่อสร้าง อาชีพที่มั่นคงให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองและอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน

3. หน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ (Government Sector and State Enterprise) ธุรกิจที่จัดตั้ง และ/หรือถือหุ้นโดยหน่วยงานราชการและรัฐวิสาหกิจ การให้บริการสาธารณะต่าง ๆ จากหน่วยงานของรัฐ ไปสู่กิจการเพื่อสังคม โดยให้อำนาจชุมชนในการบริหารเพิ่มขึ้น กิจการกลุ่มนี้มักจะประสบปัญหาด้านการ บริหารจัดการ เนื่องจากกลุ่มคนที่ดำเนินการส่วนใหญ่มาจากภาครัฐ ขาดศักยภาพที่จะทำให้กิจการเติบโต อย่างยั่งยืน เช่น มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรฯ พัฒนาผลิตภัณฑ์คุณภาพจากภูมิปัญญา สมุนไพร ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนเพื่อสังคมยั่งยืน

4. ผู้ประกอบการใหม่ (New Entrepreneur) เป็นกิจการที่บุกเบิกโดยผู้ประกอบการเพื่อสังคม กลุ่มผู้ประกอบการใหม่ที่สนใจจัดตั้งธุรกิจที่นอกจากจะสร้างผลกำไรแล้วยังมีส่วนช่วยในการแก้ปัญหาและ พัฒนาสังคม สุขภาวะ และสิ่งแวดล้อม แต่ผู้ประกอบการใหม่มักประสบปัญหาทางด้านเงินทุนอย่างมาก และการพัฒนาศักยภาพและขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจก็เป็นอีกหนึ่งความท้าทาย เนื่องจากส่วน ใหญ่ยังขาดประสบการณ์ในการดำเนินธุรกิจ เช่น สยามออร์แกนิก Startup ไทยที่ได้รับรางวัลจากเวที Startup โลก โดยทำงานร่วมกับชาวนาไทยเพื่อปลูกข้าวอินทรีย์สายพันธุ์ใหม่ที่ปราศจากการตัดต่อ พันธุกรรม (GMO) ใช้ชื่อว่า "แจ๊สเบอร์รี่" สีม่วงเข้มคุณภาพดี ช่วยแก้ไขปัญหาเรื่องเมล็ดพันธุ์ ส่วนเรื่อง ปัญหาการตลาด ได้ใช้วิธีให้ราคารับซื้อจากเกษตรกรสูงกว่าข้าวหอมมะลิ ถึง 2 เท่า และรับประกันการรับ ซื้อข้าวทุกเมล็ด ทำให้ชาวนามีรายได้ที่ดีขึ้น

5. ธุรกิจเอกชน (Private Business) ธุรกิจที่จัดตั้งโดยเอกชน เป็นการต่อยอดจากกิจกรรม CSR ของ องค์กรที่ถูกพัฒนาให้เป็นธุรกิจเพื่อสังคมที่มีความต่อเนื่องและยั่งยืน เช่น ร้านเลมอนฟาร์ม (ร้านขายสินค้า สุขภาพ) บริษัทวงษ์พาณิชย์ จำกัด (รับซื้อขยะรีไซเคิล) บริษัท ทีวีบูรพา จำกัด(กมลวรรณ จินตรัตน์, 2561)

6. ธุรกิจอื่น (Other Social Enterprises) ธุรกิจที่จัดตั้งโดยวัด สถาบันการศึกษา สถาบันอื่น ๆ ที่ ส่งเสริมและสนับสนุนหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อช่วยเหลือคนในท้องถิ่น เพื่อแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม หรือการให้บริการเสริมหรือทดแทนบริการของหน่วยงานรัฐโดยตรง

Ashraf, Razzaque and Liaw (2017) ขณะที่ ศาสตราจารย์ โมฮัมมัด ยูนูส ได้แบ่งกิจการเพื่อสังคมออกเป็น 2 รูปแบบ คือ

1. กิจการที่เน้นสร้างประโยชน์โดยตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการแก้ไขปัญหาทางสังคม จึงเน้นไปที่การขายสินค้าหรือบริการในราคาต่ำหรือราคาที่เหมาะสม

2. กิจการที่ถือครองกรรมสิทธิ์โดยกลุ่มเป้าหมายที่ยากจน โดยมุ่งเน้นการสร้างผลกำไรได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้พิจารณาตามประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นแล้ว หากนำมามุมมองโมเดลทางธุรกิจมาเป็นหลักสามารถจำแนกกิจการเพื่อสังคมออกได้เป็น 5 ลักษณะ ดังนี้

1. โมเดลที่เน้นการสร้างหน่วยธุรกิจที่มีรายได้สูง เพื่อนำกำไรไปช่วยเหลืองานหรือกิจกรรมทางสังคม (Plough-Back-Profit Model)

2. โมเดลธุรกิจที่เน้นการขายสินค้าหรือบริการในตลาดปกติ เพื่อนำผลกำไรไปสนับสนุนสินค้าหรือบริการให้กับกลุ่มที่อยู่ฐานล่างของสังคม (Cross-Subsidy Model)

3. โมเดลธุรกิจที่เน้นไปที่การสร้างผลกระทบทางสังคมผ่านกระบวนการ สินค้าหรือบริการของกิจการเอง (Social Needs Model)

4. โมเดลธุรกิจที่ถือครองโดยผู้ด้อยโอกาส (Beneficiaries-Owned Model)

5. โมเดลธุรกิจที่ขายผลิตภัณฑ์หรือให้บริการปกติในระบบตลาด แต่เน้นการจ้างงานผู้ด้อยโอกาสเป็นหลักในโครงสร้างองค์กร (Work Integration Model)

มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็นหน่วยงานภายใต้โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ซึ่งเป็นโรงพยาบาลศูนย์ประจำจังหวัดปราจีนบุรี ทั้งนี้โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็นโรงพยาบาลที่มีชื่อเสียงด้านองค์ความรู้ทางสมุนไพรไทย จัดตั้งขึ้นเพื่อรวบรวมและพัฒนาองค์ความรู้ด้านสมุนไพรไทย และเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ด้านสุขภาพ ของประชาชนทั่วไป โดยใช้การรักษาด้านสมุนไพรไทยเป็นหลัก มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรได้ค้นคว้าวิจัยตำรับสมุนไพรไทยสำหรับผู้บริโภค และพัฒนาองค์ความรู้ร่วมกับชุมชนอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะอย่างยิ่งร่วมมือกับชุมชนรับซื้อสมุนไพรและวัตถุดิบต่างๆ ควบคู่กับการจัดทำโครงการพัฒนาศักยภาพของชุมชน และกระบวนการกลุ่มในด้านต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเสริมพลังสมาชิกในชุมชน (ชาญญา ปัญญาอำพล, 2563)



ภาพที่ 1 โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

ที่มา : <https://www.cpa.go.th/about>

มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรได้รับการรับรองจากคณะกรรมการส่งเสริมกิจการเพื่อสังคมแห่งชาติ ผ่านการรับรองคุณสมบัติเป็นกิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) ครั้งแรกในประเทศไทย จาก 15 กิจการ ที่มีเป้าหมายในการแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาสังคม สิ่งแวดล้อมให้ดีขึ้น มีความยั่งยืนทางการเงิน มีกระบวนการที่เป็นธรรมต่อสังคม นำผลกำไรคืนสู่สังคมและโปร่งใส ตรวจสอบได้ และมีส่วนช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้มีรายได้น้อย (กมลวรรณ จินตรัตน์, 2561) โดยมีเป้าหมายหลักในการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านสุขภาพของไทยมาใช้ในการดูแลสุขภาพของคนไทย โดยมุ่งเน้นการพึ่งพาตนเอง ลดการนำเข้ามูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรถือเป็นต้นแบบกิจการเพื่อสังคมของประเทศไทยที่สามารถเป็นต้นแบบกรณีศึกษาการสร้างธุรกิจที่องค์กรต้องเป็นทั้งผู้ให้และผู้รับได้อย่างลงตัว โดยเป็นผู้บุกเบิกการค้นคว้าวิจัยและศึกษาด้านสมุนไพรไทย ซึ่งมีกิจกรรมของโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเริ่มตั้งแต่การรวบรวมข้อมูลด้านสมุนไพร การจัดทำสวนสมุนไพรสาธิต การจัดให้มีการบริการทางการแพทย์แผนไทย การจัดโครงการทัวร์สุขภาพ การฝึกอบรมบุคลากรด้านสาธารณสุข รวมทั้งนักศึกษาเภสัชและประชาชนทั่วไป การพัฒนาประสิทธิภาพของกลุ่มหมอนวดไทย การส่งเสริมการปลูกพืชสมุนไพรแก่ชาวบ้านและผู้สูงอายุ พร้อมทั้งรับซื้อพืชสมุนไพรเหล่านั้น ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้แก่ชาวบ้านในชุมชน รวมถึงการพัฒนาการผลิตยาจากสมุนไพรให้อยู่ในรูปแบบที่เหมาะสม มีมาตรฐาน จนทำให้สมุนไพรเป็นที่ยอมรับของสังคมในวงกว้าง จนสามารถใช้เป็นยาทดแทนยาจากต่างประเทศได้ ช่วยให้รัฐบาลสามารถลดค่าใช้จ่ายในการนำเข้ายาจากต่างประเทศ ปัจจุบันโรงพยาบาลอภัยภูเบศรสามารถผลิตยาและผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรได้จำนวน 40 ชนิด มูลค่าขายเฉลี่ยเดือนละ 2-3 ล้านบาท ทางโรงพยาบาลมีแหล่งจำหน่ายยาและผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรหลายแหล่ง อาทิเช่น ศูนย์บริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัย

ภูเก็ต เซเวนอีเลฟเวนทั่วประเทศ, THE MALL, JUSCO ทุกสาขาทั่วประเทศ และทางเว็บไซต์ของทางโรงพยาบาล (จตุพร จุ้ยใจงาม และพรชัย เทพปัญญา, 2557)

หากพิจารณารูปแบบกิจการเพื่อสังคมของมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร พบว่า เป็นกิจการเพื่อสังคมรูปแบบหน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ (Government Sector and State Enterprise) มีฐานะเป็นนิติบุคคล ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์พืชสมุนไพรอย่างครบวงจร ด้วยคุณภาพจากภูมิปัญญาด้านสมุนไพร และส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนด้วยการสร้างรายได้จากการปลูกพืชสมุนไพร และจัดกิจกรรมที่เน้นสร้างประโยชน์โดยตรงกับชุมชน เช่น เข้าไปมีส่วนร่วมร่วมกับชุมชนเพื่อรักษาทรัพยากรท้องถิ่น เน้นกระบวนการเรียนรู้ในชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้ พัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนและรักษาสิ่งแวดล้อม โดยการกำหนดนโยบายในการใช้วัตถุดิบสมุนไพรอินทรีย์ในการผลิตผลิตภัณฑ์สมุนไพรอภัยภูเบศรเพื่อสังคมอย่างยั่งยืน

การบริหารจัดการองค์กรอย่างยั่งยืน

แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนเริ่มขึ้นในช่วงทศวรรษที่ 1970 ซึ่งปัญหามลพิษเริ่มทวีความรุนแรงและขยายวงกว้าง นำไปสู่การประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมมนุษย์ (UN Conference on the Human Environment) ขึ้น ในปี ค.ศ. 1972 ณ กรุงสตอกโฮล์ม ประเทศสวีเดน ซึ่งนับเป็นจุดเริ่มต้นของการให้ความสำคัญต่อปัญหาสิ่งแวดล้อมอันเป็นผลจากกิจกรรมของมนุษย์ นำไปสู่การบังคับใช้กฎหมายสิ่งแวดล้อมระหว่างประเทศ (ศิริรัตน์ แจ่มรักษ์สกุล และผ่องใส เพ็ชรรักษ์, 2560) การปรับปรุงคุณภาพชีวิตมนุษย์ภายใต้ศักยภาพของระบบนิเวศน์โดยการพัฒนาที่ยั่งยืนมีส่วนประกอบพื้นฐานที่สำคัญ 3 องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ องค์ประกอบด้านสังคม และองค์ประกอบด้านสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบทั้งสามนี้จะเชื่อมโยงสัมพันธ์กัน ตามแนวคิดของ Edward Barbier (ชาญชัย จิตรเหล่าอาพร, จิตภาภา ถิระศิริกุล และสกล สุขเสริมสังชัย, 2564) สอดคล้องกับ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2554) ได้จัดทำนิยามและตัวชี้วัดการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้อย่างเป็นรูปธรรม ในคู่มือการจัดทำตัวชี้วัดการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2547 ว่าเป็นการพัฒนาโดยมุ่งเน้นการสร้างสมดุลใน 3 มิติ ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจ มิติด้านสังคม และมิติด้านสิ่งแวดล้อม โดยการพัฒนาในทุกมิติต่างมีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกัน (ณัฐกร ลิ้มสุวรรณโรจน์, ทวีศักดิ์ กฤษะเจริญ และวินัย หอมสมบัติ, 2558) ดังภาพที่ 2 คือ



ภาพที่ 2 การบริหารจัดการองค์กรอย่างยั่งยืน

1. มิติด้านเศรษฐกิจ (Economy) มุ่งสร้างคุณค่าให้แก่ทั้งลูกค้า พนักงาน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุก ๆ ฝ่ายอย่างสมดุล โดยเป้าหมายสูงสุดไม่ใช่เป็นเพียงผลกำไร แต่เป็นการสร้างผลประโยชน์ร่วมกัน โดยได้ดำเนินธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือ Green Business

2. มิติด้านสังคม (Society) ร่วมสร้างสรรค์สังคมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในทุก ๆ ที่ที่เข้าไปดำเนินธุรกิจ ด้วยการส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมเพื่อสังคมในด้านต่าง ๆ โดยมุ่งหวังให้อุตสาหกรรมสามารถอยู่ร่วมกับชุมชนได้อย่างมีความสุข

3. มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) มุ่งมั่นดูแลรักษาสภาพแวดล้อมและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่อให้เกิดความสมดุลของระบบนิเวศอย่างยั่งยืน โดยครอบคลุมตลอด Supply Chain และให้ความสำคัญต่อทรัพยากรธรรมชาติในส่วนต่าง ๆ (เฉลิมพร ทองบุญชู, 2557)

ดังนั้นวัตถุประสงค์การบริหารจัดการองค์กรอย่างยั่งยืน คือ การบรรลุเป้าหมายทั้งสามองค์ประกอบนี้ให้ได้ดีที่สุด โดยส่วนประกอบของความยั่งยืนทางเศรษฐกิจนั้น สังคมต้องสร้างความเจริญเติบโตที่ทำให้เกิดรายได้ที่เหมาะสม ในขณะที่ยังคงรักษาไว้ซึ่งทุนที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยทุนมนุษย์และทุนธรรมชาติซึ่งเป็นเป้าหมายพื้นฐานของระบบเศรษฐกิจ คือ การเพิ่มขึ้นในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของประชาชน หรือการลดปัญหาความยากจน และทำให้เกิดการกระจายรายได้ที่เป็นธรรมเพิ่มขึ้น เช่น 1) ความยั่งยืนทางสังคมสะท้อน จากการพัฒนาตัวของชุมชนและวิถีชีวิต ความสามัคคีของชุมชน ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน และปรับปรุงสุขภาพของคนในสังคม 2) ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม เกี่ยวข้องกับการตระหนักรู้ถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การไม่ใช้สารเคมี และการเพาะปลูกแบบอินทรีย์ 3) ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ต้องการสร้างรายได้เพิ่มเติม

อัตราการจ้างงาน และการกระจายเศรษฐกิจในชุมชน (กาญจนา สมมิตร และบุษบา สิทธิการ, 2561) รูปแบบธุรกิจซึ่งออกแบบมาเพื่อสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนทำได้ทุกองค์กร ตั้งแต่สตาร์ทอัพ วิชาทิจขนาดกลางและขนาดย่อม บริษัทข้ามชาติ กิจการเพื่อสังคม องค์กรไม่แสวงหากำไร NGO และหน่วยงานภาครัฐ โดยจำเป็นต้องสร้างสมดุลของทรัพยากรกับระบบนิเวศที่องค์กรดำเนินการ วิธีสร้างกระแสเงินสดและสร้างมูลค่า การนำนวัตกรรมไปใช้อย่างยั่งยืนเป็นสิ่งสำคัญของความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน และช่วยในการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานขององค์กร (Ensign, 2022)

การบริหารจัดการองค์กรอย่างยั่งยืน กรณีศึกษามูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร

การก่อตั้งมูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรมีวัตถุประสงค์เพื่อสนับสนุนการนำวัตถุดิบสมุนไพรที่ผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์มาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร เพื่อความปลอดภัยต่อผู้ผลิต ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อม โดยมีระบบการจัดการตั้งแต่ต้นน้ำ เกษตรกรปลูกพืชสมุนไพรอินทรีย์ กลางน้ำ มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพร ร้านขายสมุนไพรอภัยภูเบศร บริการสปา (อภัยภูเบศร เดย์สปา) และถ่ายทอดองค์ความรู้ “ภูมิภูเบศร” ศูนย์การเรียนรู้สมุนไพรและภูมิปัญญาสุขภาพ สร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพด้วยแพทย์แผนไทย ภายใต้แนวคิด “พึ่งตนเอง อนุรักษ์ สร้างมูลค่าเพิ่ม” เพื่อให้ประชาชนมีการพึ่งตนเอง สามารถดูแลอาการเจ็บป่วยเบื้องต้นด้วยสมุนไพรและศาสตร์การแพทย์แผนไทย เป็นการอนุรักษ์ ภูมิปัญญา ศาสตร์การแพทย์แผนไทย การแพทย์พื้นบ้าน และพันธุ์พืชสมุนไพรที่กำลังสูญหาย อีกทั้งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สมุนไพรและภูมิปัญญาไทยผ่านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร ช่วยให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจในระดับชุมชน และประเทศ ปลายน้ำ กลุ่มผู้บริโภค ผู้ซื้อหรือใช้ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร ผู้รับบริการสปา (อรประภา เทพศิลป์วิสุทธิ, ชนากานต์ หวานเสรีจ และสมชาย ชดตระกูล, 2561) พิจารณาตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อสร้างความสมดุลจาก 3 มิติ ดังนี้

1. มิติด้านเศรษฐกิจ (Economy) การดำเนินธุรกิจภายใต้องค์ความรู้ ความเชี่ยวชาญ และต่อยอดขยายธุรกิจได้อย่างครบวงจร เพื่อยกระดับการวิจัยสมุนไพรให้ได้รับการยอมรับ ทำให้เกิดนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ยา อาหารเสริม เครื่องสำอาง จากสมุนไพร และการให้บริการรูปแบบสปา โดยมองเห็นโอกาสจากการดูแลสุขภาพของคนที่ยั่งยืน โดยพบว่าเทรนด์การดูแลสุขภาพในอนาคตมุ่งเน้นการป้องกันมากกว่าการรักษา ต้องการความเป็นหนุ่มสาว (Active Living) ดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Care for Well-being) การป้องกันโรคเรื้อรังที่ก่อให้เกิดปัญหา รวมถึงโรคระบาด (Pandemic Diseases) และต้องมีเทคโนโลยีที่เข้าถึงง่าย (High Tech and High Touch) (ฐานเศรษฐกิจดิจิทัล, 2564) สอดรับกับกระแสรักสุขภาพ (Health Conscious) ซึ่งเป็นเทรนด์ที่ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคทั่วโลกทั้งคนรุ่นใหม่ รวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุ และยิ่งการระบาดของ COVID-19 ก่อให้เกิดกระแสการตื่นตัวของภาวะระวังป้องกัน รวมถึงการสร้างเสริมสุขภาพให้แข็งแรง ซึ่งสอดคล้องกับวิถีการดำเนินชีวิตที่เป็นปกติใหม่ (New Normal) อาทิ การเว้นระยะห่างทางสังคม การพึ่งตนเอง ทางด้านอาหาร และการป้องกันดูแลสุขภาพด้านอื่น ๆ

ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้น ประกอบกับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ส่งผลให้ช่องทางการจำหน่ายมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น ยาแคปซูลขมิ้นชัน อภัยภูเบศร ชนิดแผง ดังภาพที่ 3 มีสรรพคุณบรรเทาอาการแน่น จุกเสียด สามารถหาซื้อได้ตามตัวแทนจำหน่ายทั่วไป ร้านขายยา Tops Market ฯลฯ รวมถึงช่องทางออนไลน์ เช่น AbhaiShop Website, Page Facebook, LAZADA LazMall และ LINE Official



ภาพที่ 3 ยาแคปซูลขมิ้นชัน อภัยภูเบศร ชนิดแผง

ที่มา : <https://www.abhaithaiherbs.com/home>

2. มิติด้านสังคม (Society) มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรให้ความรู้แก่ชุมชนในการเพาะปลูกสมุนไพร โดยการทดลองผ่านแปลงสาธิต ให้เรียนรู้จริงจากการลงมือทำด้วยตนเอง เมื่อมีความรู้ความเข้าใจก็สามารถนำมาประกอบอาชีพได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องพึ่งพาใคร และรับซื้อสมุนไพรจากเกษตรกรผู้ปลูกสมุนไพรนับ 500 ราย ทำให้ชุมชนมีรายได้และคุณภาพชีวิตดีขึ้น ทั้งนี้ผลกำไรมากกว่า 50 เปอร์เซ็นต์ถูกนำกลับไปลงทุนซ้ำเพื่อวัตถุประสงค์ทางสังคมหรือนำไปใช้เพื่อประโยชน์ส่วนรวม หรือคืนประโยชน์ให้แก่สังคม (พัชรี บอนคำ, 2562) ในภาวะที่มีการแพร่ระบาดของ COVID-19 กลุ่มงานเภสัชกรรม กลุ่มงานการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ได้จัดทำ E-Book คู่มืออาหารสมุนไพรเสริมภูมิคุ้มกัน ที่ได้ค้นคว้า รวบรวม และเรียบเรียงเพื่อให้ได้องค์ความรู้ในการดูแลสุขภาพของประชาชน

3. มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) ให้ความสำคัญและตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมและสุขภาพของประชาชนเป็นสำคัญ การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรจึงเลือกใช้วัตถุดิบปลอดสารเคมี 100% ได้มาตรฐาน ทั้งในกระบวนการผลิตและการตรวจประเมิน GMP-PIC/S เทียบเท่ากับมาตรฐานยุโรป รวมทั้งวัตถุดิบสมุนไพรที่นำมาใช้ผลิตก็ผ่านการรับรองมาตรฐานเกษตรอินทรีย์จากสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (IFOAM) ทำให้สิ่งแวดล้อมได้รับการฟื้นฟู เกษตรกรและผู้บริโภคปลอดภัย

แนวทางการนำการบริหารจัดการองค์กรอย่างยั่งยืนไปปรับใช้ในองค์กรต่าง ๆ

การนำการบริหารจัดการองค์กรอย่างยั่งยืนไปปรับใช้ในองค์กรต่าง ๆ นั้นมีแนวทางดังต่อไปนี้

1. การวางแผน กำหนดเป้าหมายและวิธีการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ คือ

1) การกำหนดลักษณะองค์กร วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งที่มุ่งมั่นจะแก้ไขปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม พร้อมระบุในวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าหมายขององค์กรอย่างชัดเจน การสร้างวัฒนธรรมองค์กรการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียทุกกลุ่มวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังภายใต้หลักการธรรมาภิบาลที่ดี ควบคู่ไปกับการสร้างคุณค่าต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

2) กำหนดสถานการณ์ สภาพการแข่งขัน วิเคราะห์โอกาสเชิงกลยุทธ์เพื่อหาโอกาสในการสร้างนวัตกรรม มองภาพรวมทั้งระบบตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ สร้างความสมดุลของ 3 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ (Economy) สังคม (Sociality) และสิ่งแวดล้อม (Environmental) ควบคู่ไปกับแผนพัฒนาศักยภาพ ทักษะ ความเชี่ยวชาญ และเพิ่มขีดความสามารถของบุคลากร ด้านกระบวนการผลิต วิจัยและพัฒนา รวมถึงนำความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้หลากหลายและตรงจุดเพิ่มมากขึ้น เพื่อองค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน

2. การกำหนดโครงสร้างบทบาทขององค์กรครอบคลุมตามพันธกิจ และจัดสรรทรัพยากรให้เหมาะสมตามแผนการดำเนินงาน พร้อมกำหนดตัวชี้วัด เพื่อให้วัดประสิทธิภาพ ประสิทธิผลขององค์กร

3. ผู้บริหารต้องสื่อสารสร้างความเข้าใจกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เพื่อการประสานงานและควบคุมการดำเนินงานให้สำเร็จลุล่วง

4. กำหนดแผนการติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อจัดการกับปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ให้ส่งผลกระทบต่อพันธกิจ และทบทวนกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก

หากองค์กรในประเทศไทยนำเอาปัญหาหลักของสังคมมาตั้งเป็นโจทย์ แล้วกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อให้คนในสังคมสามารถพึ่งพาตนเองได้ จะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน สังคมมีความเท่าเทียม ยุติธรรม และสร้างความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้ในที่สุด

สรุป

มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศรเป็นตัวอย่างของกิจการเพื่อสังคมรูปแบบหน่วยราชการและรัฐวิสาหกิจ (Government Sector and State Enterprise) ที่มีการนำแนวคิดการบริหารจัดการองค์กรอย่างยั่งยืนมาปรับใช้ ทำให้สามารถช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความสมดุล กล่าวคือ 1) มิติด้านเศรษฐกิจ (Economy) คือ สร้างเศรษฐกิจที่มีรากฐานมั่นคง มีขีดความสามารถในการแข่งขัน และสามารถพึ่งตนเองได้ โดยให้ความสำคัญกับการจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) การบริหารจัดการองค์กรแบบครบวงจร ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ รวมถึงการ

จัดการนวัตกรรม (Innovation Management) การศึกษาวิจัยและพัฒนาสิ่งใหม่ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า 2) มิติด้านสังคม (Society) โดยการปฏิบัติต่อพนักงานอย่างเป็นธรรม ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพ รวมถึงการดูแลและยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชน สังคม ไปในทางที่ดีขึ้น ส่งผลให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้ รวมทั้งการเพิ่มศักยภาพและสนับสนุนให้ประชาชนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีอย่างแท้จริง วางแผนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์สู่การเป็นแรงงานที่มีสมรรถนะสูง เน้นการสร้างหลักสูตรที่ครอบคลุมทั้งด้านเทคโนโลยีและทักษะเฉพาะ เพื่อให้เกิดความเชี่ยวชาญและตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง 3) มิติด้านสิ่งแวดล้อม (Environment) เน้นการลดผลกระทบที่เกิดจากกิจกรรมของกิจการ เช่น การไม่ใช้สารเคมี และการเพาะปลูกแบบอินทรีย์ เป็นการลดการปนเปื้อนของสารเคมีทั้งทางดิน ทางน้ำ และทางอากาศ เพื่อความสมบูรณ์ทางชีวภาพในระบบนิเวศน์และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมให้เป็นไปตามสมดุลของธรรมชาติ ซึ่งสอดคล้องกับชฎาพร มหาวงศ์นันท์ (2563) ได้ศึกษาเรื่องการดำเนินงานเกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคมของ บริษัท สานพลังวิสาหกิจเพื่อสังคมจำกัด ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของกลุ่ม ปตท. พบว่าการดำเนินงานเกี่ยวกับกิจการเพื่อสังคม ประกอบด้วย ด้านการสนับสนุนให้ชุมชนสามัคคี ด้านการปฏิรูปการศึกษา และด้านการจัดการขยะ ส่งผลต่อความยั่งยืนของกลุ่ม ปตท. ร้อยละ 40.2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัยเพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการปรับกลยุทธ์ขององค์กรในการดำเนินงานเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคมต่อไปรวมไปถึงเป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางของผู้บริหารใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนากิจกรรมหรือโครงการเพื่อสร้างความยั่งยืนร่วมกันกับพนักงานของกลุ่ม ปตท.

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่อง กิจการเพื่อสังคมกับความยั่งยืนทางธุรกิจ : กรณีศึกษามูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์กับองค์กรต่าง ๆ ดังนี้

1. ควรให้ความสำคัญกับการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง โดยการวิเคราะห์ความต้องการและความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เพื่อสามารถกำหนดโจทย์ปัญหาและแนวทางในการแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้อง
2. ควรให้ความสำคัญกับการให้ความรู้ การพัฒนาทักษะความเชี่ยวชาญกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่ม เพื่อการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน
3. ผู้บริหารองค์กรต้องกำหนดและประกาศนโยบาย กำหนดผู้รับผิดชอบและสื่อสารให้ทราบทั่วทั้งองค์กรและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เอกสารอ้างอิง

กมลวรรณ จินตรัตน์. (2561). *ครั้งแรกในไทยเปิดตัว “15 กิจการเพื่อสังคม” รับรองโดยรัฐบาล.*

(6 กันยายน 2565) สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist /120356>.

- กาญจนา สมมิตร และ นุชบา สิทธิการ. (2561). ปัจจัยความสำเร็จและความยั่งยืนของธุรกิจเพื่อสังคมในการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย. (6 กันยายน 2565). สืบค้นจาก https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPU_Suthiparithat_Journal/article/view/243473/165226.
- เกวณีน มะลิ. (2557). กิจกรรมเพื่อสังคมในประเทศไทย. (6 กันยายน 2565). สืบค้นจาก <https://kuojs.lib.ku.ac.th/index.php/jems/article/view/974/1394>.
- จตุพร จุ้ยใจงาม และ พรชัย เทพปัญญา. (2557). กิจกรรมเพื่อสังคม แนวโน้มระบอบทุนนิยมสมัยใหม่กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จ. (6 กันยายน 2565). สืบค้นจาก <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/27474/23590>.
- เฉลิมพร ทองบุญชู. (2557). องค์การแห่งความยั่งยืนจากฐานหลักเศรษฐกิจพอเพียงและการจัดการทั่วทั้งองค์กร. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 1 (1), 13-28.
- ชฎาพร มหาวงศ์นันท์. (2563). การดำเนินงานเกี่ยวกับกิจกรรมเพื่อสังคมของ บริษัท สานพลังวิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด ที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของกลุ่ม ปตท. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ
- ชัญญา ปัญญาอำพล. (2563). กิจกรรมเพื่อสังคมในประเทศไทย : บทเรียนจากอดีตและแนวทางสำหรับอนาคต. (6 กันยายน 2565). สืบค้นจาก https://www.maefahluang.org/wp-content/uploads/2021/04/social-enterprise_E-Book.pdf.
- ชาญชัย จิตรเหล่าอาพร, จิตาภา ถิรศิริกุล และ สกต สุขเสริมสังข์ชัย. (2564). การพัฒนาที่ยั่งยืนและการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจโลก. (6 กันยายน 2565). สืบค้นจาก <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/TRDMJOPOISU/article/view/254525/171929>.
- ฐานเศรษฐกิจดิจิทัล. (2564). โรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร เผยเทรนด์ผู้บริโภคเปลี่ยน สร้างโอกาสผู้ประกอบการสมุนไพรไทย เน้นนวัตกรรม สร้างมูลค่าเพิ่ม แข่งขันเวทีโลก. (6 กันยายน 2565) สืบค้นจาก <https://www.thansettakij.com/business/50214>.
- ณัฐกร ลิมสุวรรณโรจน, ทวีศักดิ์ กฤษเจริญ และวินัย หอมสมบัติ, (2558). เส้นทางของการพัฒนาองค์กรแห่งนวัตกรรมอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. (6 กันยายน 2565). สืบค้นจาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/mbakkujournal/article/view/64345/52786>.
- พัชรี บอนคำ. (2562). 7 ธุรกิจต้นแบบที่คืนกำไรให้สังคม. (19 ตุลาคม 2565) สืบค้นจาก <https://urbancreature.co/7-socialenterprise/>.
- พิพัฒน์พงศ์ มาศิริ. (2562). กิจกรรมเพื่อสังคมกับการแก้ปัญหาในสังคมไทย. (6 กันยายน 2565). สืบค้นจาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/pikanasan/article/view/234593/164574>.

- ศิริรัตน์ แจ้งรักษ์สกุล และ ผ่องใส เพ็ชรรักษ์. (2560). *การศึกษารอบตัวชีวิตเบื้องต้นเพื่อความยั่งยืนของธุรกิจ*. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 14 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน นครปฐม, 2189-2197.
- ศักดิ์ดา ศิริภัทรโสภณ. (2558). *การศึกษารอบแนวคิดเพื่อการพัฒนาวิสาหกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย*. *วารสารสมาคมนักวิจัย*. 20 (2), 30-47.
- อรประภา เทพศิลป์วิสุทธิ, ชนากานต์ หวานเสริจ และ สมชาย ชคตระการ. (2561). *ปัญหาและอุปสรรคในระบบการผลิต การจำหน่าย และการบริโภคของผู้มีส่วนได้เสียต่อผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรอินทรีย์ : กรณีศึกษา มูลนิธิโรงพยาบาลเจ้าพระยาอภัยภูเบศร*. (6 กันยายน 2565). สืบค้นจาก <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/tstj/article/view/121324/92563>.
- สุดารัตน์ โรจน์พงศ์เกษม. (2564). *สรุปรายงานสภาพการณ์ธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย*. (6 กันยายน 2565) สืบค้นจาก <https://www.sethailand.org/resource/summary-state-of-social-enterprise-in-thailand/>.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2554). *รายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ (Final Report) โครงการสำรวจความคิดเห็นและทัศนคติทางสังคมรายไตรมาส เรื่อง ภารกิจร่วมของเอกชนในการแก้ไขปัญหาความยากจนและลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม: CSR และ Social Enterprises*. กรุงเทพฯ : สำนักงานพัฒนาฐานข้อมูลและตัวชี้วัดภาวะสังคม.
- Barraket, J. and Douglas, H. (2016). *Classifying social enterprise models in Australia*. (6 กันยายน 2565). สืบค้นจาก <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/SEJ-09-2017-0045/full/pdf?title=classifying-social-enterprise-models-in-australia>.
- Jayawardhana, K., Fernando, I., and Siyambalapitiya, J. (2022). *Sustainability in Social Enterprise Research: A Systematic Literature Review*. (6 กันยายน 2565). สืบค้นจาก <https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/21582440221123200>.
- Ashraf, M. M., Razzaque, M. A., Liaw, S. T., Ray, P. K., & Hasan, M. R. (2017). *Social business as an entrepreneurship model in emerging economy Systematic review and case study*. (6 กันยายน 2565). สืบค้นจาก <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/MD-04-2017-0343/full/pdf?title=social-business-as-an-entrepreneurship-model-in-emerging-economy-systematic-review-and-case-study>.
- Ensign, P. C. (2022). *Business Models and Sustainable Development Goals*. (6 กันยายน 2565). สืบค้นจาก <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/5/2558>.

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการทำงานเป็นทีมของครูในโรงเรียน

Leadership changes that affect school teachers' teamwork.

จักรกฤษ มานน้อย¹ ปริญญญา ประหยัดทรัพย์² และปิยะ همانอิน³ วิศรุต เลาะวิถิ⁴

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการทำงานเป็นทีมของครูในโรงเรียน ที่ต้องบริหารการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ในการทำกิจกรรมของกลุ่มหรือทีมงาน มีการพบปะพูดคุยกัน มีการประสานความร่วมมือร่วมใจในการทำงาน มีความสามัคคีกัน และให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี การทำงานแบบทีมที่มีประสิทธิภาพได้แล้วในการปฏิบัติงานร่วมกันนั้นจำเป็นต้องมีผู้นำในการประสานงานระหว่างกันในที่นี้จึงทำให้เกิดผู้ทีมงาน โดยทักษะของผู้นำทีมงานที่มีประสิทธิภาพ ผู้นำทีมงานจะพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ 6 ด้าน ได้แก่ 1) ทักษะการสื่อสาร 2) ทักษะการวางแผน 3) ทักษะการจัดองค์การ 4) ทักษะการสอนแนะ 5) ทักษะการจูงใจ และ 6) ทักษะการเจรจาต่อรอง ซึ่งทักษะทั้ง 6 ด้านเป็นทักษะสำคัญที่ผู้นำทีมงานจำเป็นต้องพัฒนาให้เกิดขึ้น สิ่งที่ยังตระหนักคือทักษะเหล่านี้มี ความสัมพันธ์ กับทักษะอื่น ๆ อีก

คำสำคัญ : ผู้นำการเปลี่ยนแปลง; การทำงานเป็นทีมของครู.

Abstract

This article aims to present Transformational leadership that affects teamwork of teachers in schools. To manage teamwork that results in interaction in the activities of groups or teams. have a meeting There is a coordination in working together. unity and provide mutual assistance as well Working as a team that is effective in working together requires a leader to coordinate between each other here, thus creating a team. by effective team leader skills Team leaders develop skills in six areas: 1) Communication Skills, 2) Planning Skills, 3) Organizational Skills, 4) Teaching Skills, 5) Persuasion Skills, and 6) Negotiation Skills. These 6 skills are important skills that team leaders need to develop. It is worth noting that these skills are related to other skills, for example communication skills cover listening. Interpretation and feedback, etc. Therefore, in the development of skills in each.

Keywords : change leader; teacher teamwork.

บทนำ

ภายใต้การเปลี่ยนแปลงของโลกที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งทางด้านวิทยาการ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ ทำให้แต่ละประเทศไม่สามารถปิดตัวอยู่โดยลำพังได้ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันมีการติดต่อสื่อสาร มีความร่วมมือในการปฏิบัติการกิจและแก้ปัญหาต่างๆ ร่วมกัน ขณะเดียวกันสังคมโลกยุคปัจจุบัน ก็เต็มไปด้วยข้อมูลข่าวสาร ทำให้ต้องคิดวิเคราะห์ แยกแยะและตัดสินใจที่รวดเร็วเพื่อให้ทันกับ เหตุการณ์ที่มีความสลับซับซ้อนมากขึ้น สิ่งเหล่านี้นำไปสู่สถานการณ์ของการแข่งขันระหว่างประเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้และเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้หลายประเทศต้องปฏิรูปการศึกษา (วิโรจน์ สารรัตน์, 2556)

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นทฤษฎีภาวะผู้นำที่สามารถใช้ในการอธิบายกระบวนการอิทธิพลได้อย่างกว้างขวาง ตั้งแต่ระดับจุลภาคระหว่างผู้นำกับผู้ตามเป็นรายบุคคล ตลอดจนทั้งระบบวัฒนธรรม แม้ว่าโดยบทบาทหลักของผู้นำการเปลี่ยนแปลง คือ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ขึ้นในองค์กรก็ตาม แต่ตลอดเส้นทางของกระบวนการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวผู้นำกับผู้ตามจะผูกพันต่อกันอย่างมั่นคง ทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้รับการยอมรับว่ามีความสอดคล้องกับสถานการณ์ของโลกในยุคที่มีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาทฤษฎีหนึ่งในปัจจุบัน (สุเทพ พงศ์ศรีวัฒน์, 2550)

ความสำคัญการทำงานเป็นทีมส่งผลให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ในการทำกิจกรรมของกลุ่มหรือทีมงาน มีการพบปะพูดคุยกัน มีการประสานความร่วมมือร่วมใจในการทำงาน มีความสามัคคีกัน และให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกันเป็นอย่างดี มีความรู้สึกเป็นมิตรที่ดีต่อกันและมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันอย่างมีประสิทธิภาพ ตระหนักในความสำคัญของตนและกันแสดงออกซึ่งการยอมรับ การให้เกียรติกัน โดยใช้วิธีการอภิปราย และประเมินผลร่วมกันเพื่อบรรลุผลสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ลำเทียน เผ่าอาจ, 2559 : 1)

จากศึกษาปัญหาของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการทำงานเป็นทีมของครูในโรงเรียน พบว่าการทำงานเป็นทีมมีความไม่สมบูรณ์ จึงพบปัญหาการสื่อสารไม่ตรงกัน ส่งผลให้บุคลากรไม่ยอมมีส่วนร่วมในการทำงานกลุ่ม อาจเกิดความขัดแย้ง ขาดปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน สุดท้ายอาจจะเลิกคบหาเพราะไม่หันหน้ามาคุยกันก็ได้ ส่งผลให้ขาดความเชื่อใจไม่สามารถทำงานประสพผลดีและไม่มีคุณภาพ และเป้าหมายสำคัญสถานศึกษาขาดการทำงานเป็นทีมที่มีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดปัญหา อุปสรรค การทำงานบางอย่างดำเนินงานไม่สำเร็จ งานบางอย่างไม่มีคุณภาพและประสิทธิภาพ งานบางอย่างเกิดความล่าช้ากว่ากำหนด ส่งผลเสียต่อการจัดการศึกษาของสถานศึกษาที่ไม่สามารถทำให้เป็นไปตามเป้าหมายตามที่กำหนดได้ ดังนั้นการศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการทำงานเป็นทีมของครูในโรงเรียน ตลอดจนเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาครูให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อนำไปสู่การบริหารงานและการทำงานที่มีคุณภาพก้าวสู่ความเป็นมาตรฐานสากลได้อย่างมีความสุข และยั่งยืน

แนวคิดและทฤษฎีภาวะผู้นำ

แนวคิดเกี่ยวกับผู้นำเริ่มเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย มีการศึกษาและรวบรวมทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำ โดยแบ่งตามระยะการพัฒนาดังนี้

1. ทฤษฎีคุณลักษณะภาวะผู้นำ (Trait Theories)

จอมพงศ์ มงคลวนิช (2556 : 199) ได้กล่าวถึงการศึกษภาวะผู้นำในระยะแรกว่าเริ่มขึ้นใน ค.ศ. 1930-1940 แนวคิดมาจากทฤษฎีมหาบุรุษ (Greatman Theory of Leadership) ของกรีกและโรมันโบราณ มีความเชื่อว่า ภาวะผู้นำเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือโดยกำเนิด (Bornleader) ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่สามารถพัฒนาขึ้นได้ลักษณะผู้นำที่ดีและมีประสิทธิภาพสูงจะประกอบด้วยคุณสมบัติฉลาด มีบุคลิกภาพซึ่งแสดงถึงการเป็นผู้นำและต้องเป็นผู้ที่มีความสามารถด้วย ผู้นำในยุคนี้ ได้แก่พระเจ้าโนโปเลียน ฮิตเลอร์พ่อขุนรามคำแหงมหาราช สมเด็จพระนเรศวรมหาราช พระเจ้าตากสินมหาราช เป็นต้น ตัวอย่างการศึกษาเกี่ยวกับ Trait Theories ของการ์ดเนอร์ (Gardner) ได้แก่

Bennis, W G. and Nanus, B. (1985) กล่าวถึง งานที่ผู้นำจำเป็นต้องมี 9 อย่าง ได้แก่ มีการกำหนดเป้าหมายของกลุ่ม มีบรรทัดฐานและค่านิยมของกลุ่ม รู้จักสร้างและใช้แรงจูงใจ มีการบริหารจัดการ มีความสามารถในการปฏิบัติการ สามารถอธิบายสื่อสารได้เป็นตัวแทนของกลุ่ม แสดงถึงสัญลักษณ์ของกลุ่ม และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์

2. ทฤษฎีพฤติกรรมภาวะผู้นำ (Behavioral Theories)

หลังจากที่นักวิชาการด้านจิตวิทยาได้นำเสนอแนวคิดภาวะผู้นำเชิงคุณลักษณะ และได้รับการวิพากษ์วิจารณ์เกี่ยวข้องกับข้อจำกัดของทฤษฎีในหลายแง่มุมที่กล่าวมา นับจากปลายทศวรรษ 1940 นักวิจัยส่วนใหญ่จึงปรับเปลี่ยนภาวะผู้นำที่มุ่งเน้นด้านคุณลักษณะไปสู่การศึกษภาวะผู้นำในเชิงกระบวนการและกิจกรรมของผู้นำซึ่งสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน ซึ่งเรียกว่า การศึกษภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรม โดยพิจารณาว่ามีพฤติกรรมใดบ้างที่ผู้นำที่ประสบความสำเร็จแตกต่างจากผู้นำที่ไม่ประสบความสำเร็จ การศึกษภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมเป็นการพยายามที่จะตอบคำถามที่ว่าที่ผู้นำประสบความสำเร็จมีพฤติกรรมอย่างไร ความเชื่อพื้นฐานในการศึกษาพฤติกรรมผู้นำจึงปรับเปลี่ยนจากความเชื่อที่ว่าผู้นำเกิดมาเพื่อเป็นผู้นำที่เชื่อกันอยู่ในยุคการศึกษาคุณลักษณะผู้นำ มาสู่แนวคิดความเชื่อใหม่ที่เชื่อว่าผู้นำสามารถศึกษาเรียนรู้เพื่อการเป็นผู้นำที่ดีได้ ทฤษฎีภาวะผู้นำที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในยุคนี้ ได้แก่การศึกษภาวะผู้นำ ที่มหาวิทยาลัยแห่งรัฐโอไฮโอ (Ohio state university studies) การศึกษาภาวะผู้นำที่ มหาวิทยาลัยมิชิแกน (University of Michigan studies) การศึกษาพฤติกรรมผู้นำของกลุ่ม มหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด (Harvard Studies of Group Leadership) การศึกษาพฤติกรรมผู้นำตามแนวคิดของเรดดีน (Reddin) การศึกษาพฤติกรรมผู้นำตามแนวคิดของเกสเซลและกูป้า (Getzels and Guba) ทฤษฎีตาข่ายภาวะผู้นำ (Leadership grid) ของเบลคและมูตัน (Blake & Mouton) รวมทั้งทฤษฎีภาวะผู้นำแบบที อาร์ ซี (TRC leadership) ของ ยูคิ (Yuki) เป็นต้น ซึ่งแต่ละทฤษฎีมีแนวทางในการศึกษาและข้อค้นพบดังนี้

การศึกษาภาวะผู้นำที่มหาวิทยาลัยแห่งรัฐโอไฮโอ (Ohio state university studies)

วันชัย มีชาติ (2556 : 192-194) การศึกษาภาวะผู้นำของมหาวิทยาลัยแห่งรัฐโอไฮโอ (The Ohio State University) เริ่มศึกษา ในปี ค.ศ. 1945 โดยฮาโลปิน ไวเนอร์ และสต็อกกิดิล (Halpin, Winer, Stogdil) เป็นการศึกษาเพื่อกำหนดพฤติกรรมของผู้นำ โดยพิจารณาถึงพฤติกรรมของผู้นำในการอำนวยความสะดวกและสั่งการเพื่อให้สมาชิกและบุคคลอื่น ๆ พยายามเพื่อทำงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์การหรือของกลุ่ม โดยการศึกษาได้แบ่งเกณฑ์การพิจารณาพฤติกรรมที่ผู้นำแสดงออกเป็น 2 มิติ คือ

1. มิติด้านการให้ความสำคัญกับคน (Consideration Behavior) ผู้นำจะให้ความสำคัญเอาใจใส่และไวต่อความรู้สึกของพนักงานและมีความพยายามที่จะสร้างความพอใจให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชา พฤติกรรมซึ่งแสดงถึงลักษณะของการให้ความสำคัญกับคน ได้แก่ ความจริงและไว้นใจเชื่อใจ การช่วยเหลือสนับสนุน การเคารพต่อผู้อื่น และมีลักษณะของความเป็นเพื่อนให้ความสำคัญต่อสวัสดิการของพนักงานและความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้นำและผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ใต้บังคับบัญชา ผู้นำแบบนี้จะเคารพความคิดเห็นของผู้ตาม ความเป็นกันเองและให้ความสำคัญกับผู้ตามในฐานะที่เท่าเทียมกับตนเอง

2. มิติด้านการมุ่งเน้นเรื่องงาน (Initiative Structure Behavior) ผู้นำจะมุ่งเน้นในเรื่องของโครงสร้างการทำงาน ผู้นำจะกำหนดเป้าหมาย บทบาทโครงสร้างของบทบาทของผู้ปฏิบัติงาน (ผู้ตาม) เพื่อก่อให้เกิดผลตามเป้าหมายขององค์กร ผู้นำจะจัดระบบกำหนดภารกิจและมอบหมายงานให้นำไปสู่การปฏิบัติ ผู้นำจะกำหนดเครือข่ายการติดต่อสื่อสารและประเมินผลการปฏิบัติงานของกลุ่ม

การศึกษาภาวะผู้นำที่มหาวิทยาลัยมิชิแกน (University of Michigan studies)

เชอริงตัน (Cherington. 1994: 630; อ้างถึงใน สัมมา ธรนิธย์. 2560: 261) ได้กล่าวว่า ในปีค.ศ. 1946เป้าหมายของการศึกษาเพื่อจำแนกแบบผู้นำและความสัมพันธ์ระหว่างแบบผู้นำกับเกณฑ์ที่ใช้วัดประสิทธิผล ซึ่งประกอบด้วย ความพอใจในการทำงาน อัตราการเปลี่ยนแปลง การขาดงานผลผลิตและประสิทธิผลผลการศึกษาก่อให้เกิดพฤติกรรมผู้นำ 2 แบบ คือ พฤติกรรมแบบมุ่งผลผลิต (Production-Centered) และพฤติกรรมแบบมุ่งพนักงาน (Employee-Centered) พฤติกรรมแบบมุ่งผลผลิตจะสร้างมาตรฐานในการทำงาน แจกแจงภารกิจที่จะต้องปฏิบัติ กำหนดขั้นตอนและเทคนิคในการทำงาน กำกับดูแลการทำงานอย่างใกล้ชิด กล่าวคือจะมีลักษณะคล้ายกับพฤติกรรมในมิติ กิจสัมพันธ์พฤติกรรมแบบมุ่งพนักงานจะช่วยให้พนักงานมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมาย การตัดสินใจในการทำงาน สร้างความเชื่อถือและศรัทธาในการทำงานให้ความสนใจในความเจริญก้าวหน้าของพนักงาน กล่าวคือ จะมีลักษณะคล้ายกับพฤติกรรมในมิติมิตรสัมพันธ์

จากข้อความข้างต้นสรุปได้ว่า ภาวะผู้นำคือ กระบวนการซึ่งผู้นำใช้อิทธิพลศิลปะ หรือความสามารถที่จะจูงใจให้ผู้อื่นทำตาม ได้ปฏิบัติตาม ได้อำนวยความสะดวกให้ร่วมมือกับตน ดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยจะต้องแสดงให้เห็นว่า สนับสนุนในความสามารถของผู้ตาม

เป็นกระบวนการอิทธิพลทางสังคมที่บุคคลหนึ่งใช้อิทธิพลที่ไม่ใช่ลักษณะของการบังคับต่อผู้อื่น ให้ปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ ตามที่กำหนดด้วยความเต็มใจ

แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

ยูค (Yukl, 19789 : 211) ได้กล่าวถึงผลของภาวะผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลง จะทำให้ผู้ตามมีการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ คือ

1. ทำให้ผู้ตามตระหนักถึงความสำคัญของคุณค่าของผลการทำงานที่สำเร็จ และเทคนิคที่จะช่วยทำให้ทำงานให้สำเร็จ

2. พยายามยั่วยุให้ผู้ตามลดความสนใจในตนเองลง หรือลดการมุ่งประโยชน์ส่วนตัวของตนเอง และเพิ่มการทำงานของประโยชน์หมู่คณะขององค์กรและเพื่อส่วนรวม คือเห็นคุณค่าของตนเองที่จะก่อประโยชน์ต่อตนเองและทีมงาน

3. พัฒนาผู้ใต้บังคับบัญชา ให้มีความต้องการที่สูงขึ้น เช่น มุ่งผลสัมฤทธิ์ มีอิสระทั้งในส่วนที่เกี่ยวกับงานและไม่เกี่ยวกับงาน หรือมีแรงจูงใจเป็นที่ยอมรับของคนอื่นและเป็นผู้นำ

นอกจากนี้ยังมีเทคนิคมากมายที่จะใช้สนับสนุนกระบวนการ แต่อย่างไรก็ตามความสำเร็จของการเปลี่ยนแปลง จะขึ้นอยู่กับทัศนคติและค่านิยม และทักษะของผู้นำเป็นสำคัญ ผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่มีประสิทธิภาพในการจัดการศึกษามีคุณลักษณะดังนี้ (เศวานิศ เศวณานนท์, 2542: 19)

1. เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง
2. เป็นผู้เสียสละสุขุมรอบคอบ
3. เชี่ยวชาญต่อความรู้สึกของผู้ร่วมงาน
4. รู้ถึงค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กรที่มีผลต่อการทำงาน
5. ยืดหยุ่นและพร้อมที่จะเรียนรู้จากประสบการณ์
6. มีทักษะทางความคิด และรู้แนวคิดในแต่ละด้านรวมทั้งสิ่งจำเป็นต่างๆ ในการวิเคราะห์ปัญหาที่มีสัญชาติญาณที่สร้างวิสัยทัศน์ใหม่ ๆ

เมื่อกล่าวถึงผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลงเป็นผู้ทำให้ผู้ตามเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง เป็นผู้ควบคุมบังคับตัวเอง ผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลงทำให้มาตรฐานของการปฏิบัติงานและความสามารถสูงขึ้น และเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้สร้าง ปฏิบัติให้ถึงมาตรฐานนั้นผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีคุณลักษณะ

1. เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง
2. เป็นผู้เสียสละสุขุมรอบคอบ
3. เชี่ยวชาญต่อความรู้สึกของผู้ร่วมงาน
4. รู้ถึงค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์กรที่มีผลต่อการทำงาน
5. ยืดหยุ่นและพร้อมที่จะเรียนรู้จากประสบการณ์
6. มีทักษะทางความคิด และรู้แนวคิดในแต่ละด้านรวมทั้งสิ่งจำเป็นต่างๆ ในการวิเคราะห์ปัญหาที่มีสัญชาติญาณที่สร้างวิสัยทัศน์ใหม่ ๆ สำหรับผู้บริหารสถานศึกษาซึ่งทำหน้าที่เกี่ยวกับการศึกษาในระดับฐานล่าง

คือ ในระดับสถานศึกษาซึ่งในขณะนี้อยู่ในรูปการศึกษาที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากไม่ว่าจะต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของคนปฏิบัติงานหรือการเปลี่ยนแปลงองค์การ

ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงตามแนวคิด ทฤษฎีของแบสส์ และอาไวลิโอ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ (ประเสริฐ สมพงษ์ธรรม, 2537: 61)

ด้านการสร้างบารมี

การสร้างบารมี (Charisma) ได้มีผู้ให้ความหมายของคำว่า การสร้างบารมีไว้มากมาย คำว่า Charisma หมายถึง ความมีเสน่ห์และในภาษากรีก แปลว่า พรสวรรค์หรือลักษณะพิเศษ ส่วนในทางสังคมศาสตร์และรัฐศาสตร์ การสร้างบารมีใช้อธิบายถึงผู้นำซึ่งมีอำนาจภายในตัวเองมีผลลึกลับและเป็นพิเศษต่อผู้ตาม ทำให้ผู้ตามเกิดความจงรักภักดีและอุทิศตนโดยไม่หวังผลประโยชน์ส่วนตน ผู้นำแบบนี้สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้

วีเบอร์ (Weber, 1947 cited in Bass, 19785 : 35) กล่าวว่า การสร้างบารมีสามารถมองเห็นได้จากปฏิกิริยาโต้ตอบของผู้ตาม ซึ่งได้แก่การที่ผู้ตาม รักใคร่ ยกย่องนิยม ชมชอบให้ความไว้วางใจเลื่อมใสศรัทธา ให้ความเคารพและเกรงกลัวจะเห็นว่าด้านการสร้างบารมีใช้อธิบายถึงผู้นำซึ่งมีอำนาจภายในตัวเองมีผลลึกลับและเป็นพิเศษต่อผู้ตาม ทำให้ผู้ตามเกิดความจงรักภักดี และอุทิศตนโดยไม่หวังผลประโยชน์ส่วนตน ผู้นำแบบนี้สามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้ผู้นำบารมีเป็นผู้มีอิทธิพลอย่างมากในการจูงใจผู้ตามความเชื่อมั่นในตนเองของผู้นำ จะเพิ่มความไว้วางใจของผู้ตามการยึดถือค่านิยมความคิด ปณิธานให้เป็นไปตามวัฒนธรรมขององค์การ

การคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล

Bass (1995 : 82) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและลูกน้อง นั่นคือผู้บังคับบัญชาจะคำนึงถึงความแตกต่างแต่ละบุคคลของลูกน้อง เพราะแต่ละคนมีความแตกต่างกันรวมทั้งความสามารถที่แตกต่างกันแต่ละบุคคล ใช้การบริหารแบบมีส่วนร่วม ให้ลูกน้องได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับงาน ให้ความสนใจในความต้องการให้ความเจริญก้าวหน้าของลูกน้อง ทำให้ลูกน้องมีความพึงพอใจและผลผลิตเพิ่มขึ้น ผู้บังคับบัญชาจะให้ความสนใจเป็นพิเศษแก่ลูกน้องที่มีปัญญา ปฏิบัติต่อลูกน้อง เหมือนอยู่ในสถานะเดียวกัน เป็นผู้ที่ทำให้คำแนะนำช่วยเหลือ สนับสนุนและส่งเสริมให้ลูกน้องมีการพัฒนาตนเอง

สรุปผู้นำการเปลี่ยนแปลงคือ ผู้บริหารสถานศึกษาจำเป็นต้องสร้างภาวะผู้นำให้เกิดขึ้น เพื่อจะได้เป็นทั้งผู้บริหารและผู้นำสถานศึกษา เพื่อนำพาสถานศึกษาไปสู่เป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งตามแนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง เป็นผู้ทำให้ผู้ตามเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง เป็นผู้ควบคุมบังคับตัวเอง ผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลงทำให้มาตรฐานของการปฏิบัติงานและความสามารถสูงขึ้นและเป็นผู้สร้างแรงบันดาลใจให้ผู้สร้าง ปฏิบัติให้ถึงมาตรฐานนั้นผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีคุณลักษณะ 1. เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง 2. เป็นผู้เสียสละสุขุมรอบคอบ 3. เชี่ยวชาญต่อความรู้สึกของผู้ร่วมงาน 4. รู้ถึงค่านิยมและวัฒนธรรมขององค์การที่มีผลต่อการทำงาน 5. ยืดหยุ่นและพร้อมที่จะเรียนรู้จากประสบการณ์ 6. มีทักษะ

ทางความคิด และรู้แนวคิดในแต่ละด้านรวมทั้งสิ่งจำเป็นต่างๆ ในการวิเคราะห์ปัญหาที่มีสัญญาณที่สร้างวิสัยทัศน์ใหม่ ๆ

แนวคิดพื้นฐานความรู้เกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎีการทำงานเป็นทีม

ความหมายของทีมที่มีประสิทธิภาพ

การดำเนินงานในองค์กรบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น ทีมงาน มีส่วนสำคัญอย่างมากหากทุกคนในองค์กรรู้สึกว่าคุณเองอยู่ในทีมงานเดียวกันและร่วมแรงร่วมใจปฏิบัติงานให้สำเร็จร่วมกัน งานก็จะบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ผู้บริหารจึงต้องสร้างทีมงานขึ้นในองค์กร และกระตุ้นให้ทุกคนรู้สึกว่าเป็นผู้มีส่วนร่วมในฐานะส่วนหนึ่งของทีมงาน

ทีม (Team) หมายถึง กลุ่มของบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ที่ทำงาน และมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างสมาชิกในกลุ่ม มีความผูกพันรับผิดชอบ ช่วยกันทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพ (Francis and Young, 1979: 8)

ทีมงาน (Team Work) หมายถึง กลุ่มคนที่ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน (Wood cock and Francis, 1981: 3) โดยใช้ทักษะ ประสิทธิภาพร่วมกันอย่างเต็มความสามารถและมีการประสานงานอย่างดี เพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ และพัฒนาองค์การให้บรรลุเป้าหมายสูงสุด (มัลลิกา วิชชุกร อิงครัต, 2553) (Malika, 2010) ซึ่งคนในกลุ่มนี้จะมีเป้าหมายร่วมกันและยอมรับว่า วิธีเดียวที่จะทำให้งานสำเร็จ คือ การทำงานร่วมกัน (Parker, 1990: 16)

อย่างไรก็ตามได้มีผู้ให้ความหมายของทีมงานไว้สอดคล้องกัน คือ กลุ่มบุคคลที่มีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ด้านมารวมตัวกันทำงานอย่างใดอย่างหนึ่งในองค์กรเดียวกัน โดยมีวัตถุประสงค์และจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ร่วมกัน สมาชิกทุกคนในทีม ต่างใช้ทักษะ ประสิทธิภาพ และความสามารถ ช่วยกันทำงาน แก้ไขปัญหาและรับผิดชอบต่อเป้าหมายที่ตั้งไว้ เพื่อให้งานบรรลุเป้าหมายเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพการสร้างทีมงาน หมายถึง การทำงานของกลุ่มที่มีประสิทธิภาพ พยายามทำให้กลุ่มสามารถเรียนรู้วิธีการวินิจฉัยปัญหา ปรับปรุงความสัมพันธ์ในการทำงานให้ดีขึ้น ความร่วมมือร่วมใจประสานงานกันในการทำงานให้สำเร็จตามเป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ร่วมกัน ทีมงานที่มีประสิทธิภาพจะต้องประกอบด้วยคุณลักษณะที่ดี คือ บทบาทที่สมดุล วัตถุประสงค์ที่ชัดเจนและเป้าหมายที่เห็นต้องกัน การเปิดเผยต่อกันและการเผชิญหน้าเพื่อแก้ปัญหา การสนับสนุนและการไว้วางใจต่อกัน ความร่วมมือและการใช้ความขัดแย้งกระบวนการปฏิบัติงานที่ชัดเจน ภาวะผู้นำที่เหมาะสม การทบทวนการปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอ การพัฒนาตนเอง ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่ม และที่สำคัญที่สุดคือ การสื่อสารที่ดี (Wood cock 1989: 75 - 116)

ดังนั้น การสร้างทีมงานที่มีประสิทธิภาพ จึงควรดำเนินการ ดังนี้

- 1) กำหนดทิศทางอย่างเร่งด่วน สมาชิกทีมต้องการความแน่นอนในการตั้งวัตถุประสงค์ (จุดมุ่งหมาย) ความคาดหวังของทีม
- 2) การเลือกสมาชิกทีม ควรจัดให้อยู่บนพื้นฐานของทักษะและศักยภาพที่เขามีอยู่
- 3) การประชุมหรือพบปะกันครั้งแรกต้องทำด้วยความพิถีพิถันตั้งใจ เพื่อสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้น มีกำหนดระยะเวลาให้ทุกคนรู้แน่นอน และมีการย้ำเตือนโดยผู้นำทีม หรือผู้บริหารอาจใช้อำนาจหน้าที่คอยดูแลภายในทีม
- 4) การตั้งกฎในการปฏิบัติให้ชัดเจน การพัฒนาทีมที่แท้จริงโดยนำกฎเกณฑ์มาช่วยให้เขาพบกับความสำเร็จในเรื่องวัตถุประสงค์
- 5) จุดมุ่งหมายในการปฏิบัติงาน จุดเน้นที่ควรสนับสนุนคือ การเปิดเผยจิตใจต่อกัน สร้างให้เกิดความไว้วางใจและมีข้อตกลงร่วมกันอย่างมีความเหมาะสม
- 6) มีจุดมุ่งหมายและความเหมาะสมในการปฏิบัติงานที่ตั้งขึ้น ไม่ยึดติดกับผู้บริหารแต่จะตั้งขึ้นโดยสมาชิกมีส่วนร่วม
- 7) สร้างความท้าทายให้กับกลุ่มในการทำงานด้วยการนำข้อมูลข่าวสารข้อเท็จจริงที่ใหม่ ๆ มาช่วยสนับสนุนการทำงาน
- 8) การใช้อำนาจบารมีให้เกิดประโยชน์ เช่น การให้ข้อมูลย้อนกลับในทางบวก ความเอาใจใส่ซึ่งกันและกัน การให้รางวัล เป็นต้น (Katzenbach John R. and Smith Douglas, 1994: 119)

องค์ประกอบของทีมที่มีประสิทธิภาพ

ในการพัฒนาทีมงาน เพื่อเป็นการชี้นำแนวคิด ประกอบการเสริมสร้างความมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของผลการปฏิบัติงานของทีมงาน มิติทั้ง 4 ประกอบด้วย

- 1) บุคคล (Individual) การพัฒนาทีมงานในระดับบุคคล ซึ่งประกอบด้วยการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจ ความผูกพันที่มีต่องาน ทักษะคติ ความสามารถและการมีส่วนร่วมของสมาชิกทีมงาน
- 2) งาน (Task) รายละเอียดของงานที่ส่งผลต่อการพัฒนาทีมงาน ได้แก่ วัตถุประสงค์การกำหนดเป้าหมาย และกระบวนการทำงานที่เป็นระบบ แล้วจึงเป็น
- 3) ทีมงาน (Team) ทักษะต่าง ๆ ที่สัมพันธ์กับการสร้างทีมงาน มีทั้งทักษะส่วนบุคคล และทักษะของกลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย ภาวะผู้นำ บทบาท การสื่อสาร ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ทักษะการจูงใจ การบริหารความขัดแย้ง การวิเคราะห์ปัญหา การตัดสินใจ การประชุมของทีมงาน การประสานงาน ความร่วมมือ ความเป็นปึกแผ่นของทีม ปทัสถาน ค่านิยม และการปฏิบัติตามข้อตกลง และ
- 4) องค์การ (Organization) สิ่งที่ต้องปรับปรุงในองค์การ ได้แก่ โครงสร้างขององค์การ บรรยากาศในการท างาน การให้ค่าตอบแทน และบำเหน็จรางวัล วัฒนธรรมองค์การ และการสนับสนุนให้มีการพัฒนาต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ (Stott and Walker, 1995: 82-84)

เมื่อพิจารณารายละเอียดของมิติการพัฒนาที่ทีมงาน จะพบว่า ความพยายามที่จะพัฒนา ปรับปรุง มิติใดมิติหนึ่งจะส่งผลกระทบต่อมิติอื่น ๆ เช่น ความพยายามที่จะยกระดับแรงจูงใจของบุคคล (มิติบุคคล) ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจะรับรู้โดยทีมงาน (มิติทีมงาน) ว่าคุณภาพของผลการปฏิบัติงานดีขึ้น ดังนั้น แนวคิด “สี่ มิติ” นี้ เป็นรูปแบบการพัฒนาแบบผสมผสาน (Integrated) ที่สะท้อนให้เห็นทฤษฎีที่สัมพันธ์กับการ ตัดสินใจ แบบมีส่วนร่วม และการทำงานของกลุ่มขนาดเล็ก โดยคำนึงถึง องค์ประกอบด้านคุณสมบัติของ ทีมงาน ทักษะที่จำเป็นของสมาชิก กระบวนการกลุ่ม และสภาพแวดล้อม ในการทำงานของแต่ละทีม การทำงานเป็นทีมถือเป็นแนวปฏิบัติที่ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง ทั้งนี้เนื่องจากมีข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาทีมงานให้ ทำงานได้คล่องตัวช่วยให้ผลการปฏิบัติงานดีขึ้นหลายประการ

มีนักวิชาการหลายท่านให้แนวคิดเกี่ยวกับการทำงานเป็นทีมไว้ เช่น (ธีระ หมื่นศรี, 2546) (Theera, 2003) ให้แนวคิดว่า การทำงานกลุ่มหรือเป็นทีม เป็นสิ่งสำคัญที่กำลังได้รับความสนใจมากใน ปัจจุบัน มีการนำไปใช้ปฏิบัติ กันอย่างแพร่หลายทั้งในองค์กรของรัฐและเอกชนการสร้างทีมจึงเป็นสิ่งทำ ทาย ผู้บริหารที่จะแสวงหา

ความสำคัญของการทำงานเป็นทีม

การสร้างทีมงานเป็นกระบวนการสร้างความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม มุ่งปรับปรุงคุณภาพ ความสัมพันธ์ที่มีอยู่ต่อกันระหว่างสมาชิก ให้มีประสิทธิภาพของกลุ่มสูงขึ้นได้ เพื่อมีการวางแผนที่มี จุดมุ่งหมายในการปรับปรุงหน่วยงานให้มีประสิทธิภาพผ่านการวิเคราะห์อย่างมีระบบและได้รับการยอมรับใน หน่วยงาน โดยมีวัตถุประสงค์พื้นฐานในการปรับปรุงความสามารถในการแก้ปัญหาระหว่างสมาชิกของ กลุ่มด้วยการทำงานร่วมกันตามที่ตั้งเป้าหมายไว้

จากความสำคัญในการทำงานเป็นทีมที่ได้กล่าวไปแล้วนั้น จะเห็นได้ว่าเมื่อสามารถสร้างการ ทำงานแบบทีมที่มีประสิทธิภาพได้แล้วในการปฏิบัติงานร่วมกันนั้นจำเป็นต้องมีผู้นำในการประสานงาน ระหว่างกันในที่นี้จึงทำให้เกิดผู้ทีมงาน โดยทักษะของผู้นำทีมงานที่มีประสิทธิภาพ ผู้นำทีมงานจะพัฒนา ทักษะด้านต่าง ๆ 6 ด้าน ได้แก่ 1) ทักษะการสื่อสาร 2) ทักษะการวางแผน 3) ทักษะการจัดองค์การ 4) ทักษะการสอนแนะ 5) ทักษะการจูงใจ และ 6) ทักษะการเจรจาต่อรอง ซึ่งทักษะทั้ง 6 ด้านเป็นทักษะ สำคัญที่ผู้นำทีมงานจำเป็นต้องพัฒนาให้เกิดขึ้น สิ่งที่พึงตระหนักคือทักษะเหล่านี้มี ความสัมพันธ์ กับ ทักษะอื่น ๆ อีก เช่น ทักษะการสื่อสารจะครอบคลุมถึงการฟัง การตีความและการให้ข้อมูลย้อนกลับ เป็น ต้น ฉะนั้นในการพัฒนาทักษะแต่ละด้านต้องดำเนินการอย่างครบวงจรและเป็นระบบ

ดังนั้นการทำงานเป็นทีมจะต้องมีผู้นำที่มีความซื่อสัตย์และสามารถจูงใจลูกทีมได้อย่างดีเพื่อที่จะ ทำให้ผลงานได้บรรลุตามผลและตามเป้าหมายที่กำหนดและสำคัญลูกทีมจะต้องมีความร่วมมือในการ ปฏิบัติงานแต่อย่างไรก็ตามหลังการเกิดขึ้นของทีมงานภายในองค์กร ยังมีได้หมายความว่าประสิทธิภาพใน

การทำงานจะเพิ่มขึ้นในทันที เนื่องจากยังต้องมีการประเมินประสิทธิภาพของทีมงานด้วย ว่าเมื่อร่วมกันทำงานเป็นทีมแล้วจะมีประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกันมากโดยเพียงใด โดยจากแนวคิด ทฤษฎีข้างต้นที่ได้ศึกษาพบว่า มีปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในการสร้างทีมที่มีประสิทธิภาพหลายปัจจัย อาทิ ประสบการณ์การสื่อสาร และแรงจูงใจ

ปัจจัยเกื้อหนุนที่ส่งเสริมให้เกิดการทำงานเป็นทีม

1. แรงจูงใจ (Motivations)

(ประเสริฐ ฉัตรชัยศักดิ์, 2556: 5-7) (Prasert, 2013) โดยที่แนวคิดของกลุ่มพฤติกรรมนิยมซึ่งเป็นแนวคิดอันเป็นที่ยอมรับและเป็นพื้นฐานต่อแนวคิดอื่น ๆ แนวคิดของกลุ่มพฤติกรรมนิยมเชื่อว่าแรงจูงใจเกิดจากแรงขับภายในร่างกาย แนวคิดกลุ่มพุทธินิยมเป็นแนวคิดรวบยอดคือ เป้าหมาย ความคาดหวัง ความตั้งใจ จุดมุ่งหมาย รวมทั้งแผนการและเหตุผล แนวคิดของกลุ่มมนุษยนิยมอันมีแนวคิดคล้ายคลึงกับกลุ่มพุทธินิยมในเรื่องแรงจูงใจภายใน โดยแนวคิดต่อแรงจูงใจจึงเป็นอิสระของบุคคล การตัดสินใจด้วยตนเอง และความพยายามเพิ่มความเจริญเติบโตของบุคคลและแนวคิดของนักทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคมเป็นการผสมผสานระหว่างแนวคิดของกลุ่มพฤติกรรมนิยมในเรื่องผลหรือผลลัพธ์และกลุ่มพุทธินิยมในด้านผลกระทบของความเชื่อและความคาดหวังของบุคคลเข้าด้วยกัน เป็นต้น (ประเสริฐ ฉัตรชัยศักดิ์, 2556: 5-7) (Prasert, 2013) ทั้งนี้ยังมีทฤษฎีเกี่ยวข้องกับเรื่องแรงจูงใจที่มีผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิผลของงานและมีความสอดคล้องกับแนวคิดด้านแรงจูงใจคือทฤษฎีที่เกี่ยวกับแรงจูงใจ

ทฤษฎีแรงจูงใจสองปัจจัยของ Herzberg (Herzberg Two-Factor Theory) Herzberg ได้จำแนกทฤษฎีสองปัจจัยหรือ Motivation-Hygiene Theory เป็น 2 ปัจจัยที่สำคัญ คือ

1. ปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors) ปัจจัยจูงใจเป็นตัวที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ เป็นตัวสนับสนุนให้บุคคลทำงานเพิ่มมากขึ้น อันเนื่องมาจากแรงจูงใจภายในที่เกิดจากการทำงานเป็นปัจจัยนำไปสู่การพัฒนาทัศนคติทางบวกและการจูงใจที่แท้จริง อันได้แก่

1) ความสำเร็จของงาน (Achievement)

2) ความก้าวหน้า (Advancement)

3) การยอมรับนับถือ (Esteemed)

4) ความรับผิดชอบ (Responsibility) และ

5) ลักษณะของงาน (The work itself) (ยงยุทธ เกษสาคร, 2541: 72; ประเสริฐ ฉัตรชัยศักดิ์, 2556: 9-10) (Yongyut, 1998; Prasert, 2013)

2. ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factors) หรือปัจจัยการบำรุงรักษา (Maintenance) เป็นตัวป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พึงพอใจในงานเป็นแรงจูงใจภายนอกที่เกิดจากสภาวะแวดล้อมในการทำงานเป็นตัวที่มีความสำคัญน้อยมากเมื่อเทียบกับปัจจัยจูงใจ ได้แก่

- 1) เงินเดือน (Salary) หรือค่าตอบแทน (Compensation)
- 2) โอกาสก้าวหน้า (Possibility of Growth)
- 3) ความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น (Interpersonal Relationship)
- 4) สถานภาพ (Status)
- 5) การนิเทศ (Supervision)
- 6) นโยบายและการบริหาร (Policy and Administration)
- 7) สภาพแวดล้อมในการทำงาน (Working Condition)
- 8) สภาพความเป็นอยู่ (Person Life) และ

9) ความมั่นคงปลอดภัยในการทำงาน (ยงยุทธ เกษสาคร, 2541: 72; ประเสริฐ ฉัตรชัย ศักดิ์, 2556: 10-11) (Yongyut, 1998; Prasert, 2013) ในส่วนของปัจจัยแรงจูงใจนั้น หากพิจารณาถึงทฤษฎีแรงจูงใจสองปัจจัยของ Herzberg (Herzberg Two-Factor Theory) เป็นทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจที่ได้รับความสนใจ และเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย

(Herzberg, 1959: 45 -49) ได้สร้างทฤษฎีขึ้นจากการศึกษาถึงสาเหตุของความพอใจในงานและความไม่พอใจในงานของวิศวกร และพนักงานบัญชีในโรงงานที่เมืองพิตเบิร์ก จำนวน 200 คน โดยวิธีการสัมภาษณ์ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน พบว่า ความต้องการทางด้านงานบุคคล สามารถจำแนกได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ ๆ ดังนี้ (วินิต วิไลวงษ์วัฒนกิจ, 2551: 12) กลุ่มแรก เรียกว่า ปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors) มีความสัมพันธ์โดยตรงกับแรงจูงใจภายในที่เกิดขึ้นจากงานที่ทำ เช่น ความสำเร็จของงาน การยอมรับนับถือ ฯลฯ ปัจจัยจูงใจ เหล่านี้ทำให้บุคคลเกิดความชื่นชม ยินดีในผลงานและความสามารถของตนเอง ถ้าตอบสนองปัจจัยเหล่านี้ของผู้ปฏิบัติแล้ว จะทำให้ผู้ปฏิบัติงานเกิดแรงจูงใจตั้งใจทำงานจนสุดความสามารถ และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของงาน กลุ่มที่สอง เรียกว่า ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factor) มีความสัมพันธ์โดยตรงกับสิ่งแวดล้อมภายนอกของงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ลดความไม่พอใจในงาน อันจะทำให้คนทำงานได้เป็นปกติในองค์การเป็นเวลานาน ปัจจัยเหล่านี้ไม่ถือว่าเป็นสิ่งจูงใจในคนทำงานมากขึ้น แต่มีส่วนช่วยให้คนทำงานสุขสบายมากขึ้น ป้องกันไม่ให้เกิดผละออกจากงาน ถ้าปัจจัยนี้ไม่มีในงานหรือจัดไว้ไม่ดี จะทำให้ขวัญของคนทำงานไม่ดี

ฉะนั้น เมื่อพิจารณาดูแล้ว แรงจูงใจในการทำงานเป็นทีมนั้น เป็นพลังที่มีอยู่ในตัวของบุคคลในทีม เป็นสิ่งเ้า แรงขับ แรงกระตุ้น ความประสงค์ เป้าหมายในการทำงานที่มีอยู่ในบุคคลภายในทีม มีสิ่งจูงใจ

ให้พวกเขาเหล่านั้นแสดงพฤติกรรมออกมาอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อสนองความต้องการ ความพึงพอใจและ
จุดมุ่งหมายในงานนั้น ๆ ของพวกเขา แรงจูงใจทำให้บุคคลเกิดพลังจนทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดก็ตามจนเกิด
ความสำเร็จ และนอกจากนี้แรงจูงใจยังทำให้บุคคลเกิดความพยายามอย่างยิ่งขึ้นในการทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดให้
เกิดความสำเร็จด้วยการแสวงหาวิธีการจนบรรลุตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการทำงานเป็นทีม

ในการศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการทำงานเป็นทีม นั้น จะเห็นได้ว่าการ
ทำงานเป็นทีม เป็นปัจจัย สำคัญที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อองค์การ ซึ่งจะประสบ
ความสำเร็จได้นั้นต้องเกิดจาก ความร่วมมือร่วมใจกันในการทำงาน ซึ่งดิเรก วรรณเคียร (2549) ได้กล่าวว่า
การทำงานให้ประสบ ความสำเร็จนั้นส่วนหนึ่งต้องเกิดจากการกำหนดเป้าหมายที่มีความชัดเจน ตลอดจน
การนำเอา กระบวนการการบริหารและการเสริมภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเข้ามาใช้เพื่อการดำเนินการที่มี
ประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตามไม่ว่าจะเป็นการกำหนด เป้าหมายในการทำงานหรือการดำเนินการตาม
กระบวนการบริหารไม่อาจประสบความสำเร็จลงได้ หากปราศจากความร่วมมือของบุคลากรในหน่วยงาน
สอดคล้องกับงานวิจัยของมัลลิกา วิชุกรอังครัต (2553, หน้า 3) ได้ทำการศึกษา พบว่า เมื่อมีการจัดงาน
ประจำปีของโรงเรียนเทศบาลเมืองชลบุรี ซึ่งต้อง ทำงานเป็นทีมและต้องมีการทำงานร่วมกันหลากหลาย
หน่วยงาน แต่เนื่องจากยังขาดทักษะของการ ประสานงานและการติดต่อสื่อสารที่ดี จึงทำให้เกิดความ
ขัดแย้ง ขาดความร่วมมือและการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นปัญหาในการทำงานร่วมกัน เพราะขาดทักษะในการ
ทำงานเป็นทีม จึงทำให้การทำงานไม่ประสบ ความสำเร็จ และจากนโยบายสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษารอบอุบลราชธานี เขต 5 (2562) กำหนดให้มีการส่งเสริมการสร้างบรรยากาศทางวิชาการและ
กายภาพ โดยพัฒนาบุคลากรให้มี ประสิทธิภาพทางด้าน การเรียนการสอน ส่งเสริมการบริหารจัดการแบบ
มีส่วนร่วม ให้บุคลากรมีการ ทำงานร่วมกันเป็นทีม มีอำนาจในการตัดสินใจซึ่งส่งผลในการสร้างขวัญ
กำลังใจและทัศนคติที่ดีต่อการ ปฏิบัติงาน ถึงแม้สถานศึกษาแต่ละแห่งจะมีการกำหนดนโยบายในการจัด
การศึกษาดังกล่าวแต่ในทาง ปฏิบัติพบปัญหาที่เกิดขึ้น คือ 1) ปัญหาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของครู 2)
ปัญหาขวัญและกำลังใจใน การปฏิบัติงาน 3) ปัญหาประสิทธิภาพของกระบวนการบริหารโรงเรียน
ผู้บริหารไม่สามารถสร้างแรงจูงใจ ในการทำงาน มีพฤติกรรมห่างเหินกับผู้ร่วมงานอีกทั้งพฤติกรรมผู้บริหาร
เป็นแบบมุ่งผลงานและพฤติกรรม ของคณะครูในโรงเรียนที่ไม่เอื้อต่อการบริหารงาน ทำให้การบริหารงาน
ของโรงเรียนให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ การทำงานเป็นทีมจึงเป็นแนวคิดพื้นฐานสำคัญ ของ
ความสำเร็จในการบริหารจัดการองค์การให้ทัน ต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน และเป็นรูปแบบ
การทำงานที่ได้รับการพัฒนาส่งเสริมให้มี ประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้นเรื่อย ๆ ผู้บริหารควรตระหนักดีว่า
ความสำเร็จในการทำงานนั้นย่อมขึ้นอยู่กับ การ ทำงานเป็นทีม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอังคณา ที่ภู
เวียง (2551) ที่ได้ทำการศึกษาพบว่า ภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์กับการทำงานเป็นทีมของ
ครูรวมทั้งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อ การ ทำงานเป็นทีมของครูซึ่งผู้บริหารสถานศึกษาสามารถสร้างและจูง

ใจ หรือพัฒนาให้ครูในสถานศึกษา สามารถทำงานเป็นทีมได้ ซึ่งถือได้ว่าเป็นความสำเร็จในการบริหารจัดการของผู้บริหารที่ทำให้องค์กร ขับเคลื่อนไปได้ และประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทสรุป

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการทำงานเป็นทีมจึงมีความจำเป็นอย่างมาก ทั้งนี้เพราะผู้บริหารสถานศึกษาในยุคปัจจุบันนี้ต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะกระบวนการทำงานภายในโรงเรียน ผู้บริหารจำเป็นที่จะต้องปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์ ปฏิบัติตนให้เหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงต่อการทำงานเป็นทีม สามารถใช้อำนาจและอิทธิพลจูงใจเพื่อที่จะสามารถปรับเปลี่ยนการบริหารงานให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ผู้บริหารสถานศึกษาจำเป็นที่จะต้องประพฤติตนเป็นแบบอย่างที่ดี เป็นที่เคารพนับถือของครูผู้สอน ให้ความสำคัญเกี่ยวกับค่านิยมที่ดีในการทำงานร่วมกัน และผู้บริหารสถานศึกษาสามารถทำให้ครูยอมรับ ศรัทธา และไว้วางใจ สำหรับด้านการกระตุ้นทางปัญญา พบว่าผู้บริหารสถานศึกษาสามารถกระตุ้นความพยายามของคุณครูในโรงเรียนให้หาแนวทางใหม่ ๆ มาแก้ปัญหาในหน่วยงาน ส่งเสริมให้ครูในโรงเรียนตื่นตัวและเปลี่ยนแปลงในการตระหนักถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในหน่วยงาน ส่งเสริมความมั่นใจและให้กำลังใจครูในโรงเรียน กระตุ้นให้ครูในโรงเรียนรู้สึกว่าเป็นสิ่งที่ท้าทายและเป็นโอกาสที่ดีในการทำงานร่วมกัน ให้โอกาสคุณครูแสดงออกทางความรู้สึก ความคิดเห็นต่าง ๆ ในการทำงาน และด้านการสร้างแรงบันดาลใจประดุจดี ทั้งกาย วาจา ใจ มีความจริงใจกับทุกคนอย่างเสมอต้นเสมอปลาย เสริมสร้างเจตคติที่ดีในการทำงานเป็นทีมให้ครูในโรงเรียน ส่งเสริมการคิดในแง่บวก ให้ครูในโรงเรียน สร้างแรงจูงใจให้ครูในโรงเรียนเห็นคุณค่า และความท้าทายของงาน กระตุ้นให้ครูในโรงเรียนทุ่มเทความพยายามในการทำงานอย่างเต็มที่

เอกสารอ้างอิง

จอมพงศ์ มงคลวนิช. (2556). การบริหารองค์การและบุคลากรทางการศึกษา. กรุงเทพฯ : ทวีพริ้นท์.

ธีระ รุญเจริญ. (2550). ความเป็นมืออาชีพในการจัดและบริหารการศึกษายุคปฏิรูปการศึกษา.

กรุงเทพฯ:

ข้าวฟ่าง.

ธีระ หมื่นศรี. (2546). การสร้างทีมงานของโรงเรียนมัธยมศึกษาสหวิทยาเขตสามมุก-บางปลาสร้อย.

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาชลบุรีเขต 1

ประเสริฐ สมพงษ์ธรรม. (2538). การวิเคราะห์ภาวะผู้นำของศึกษาธิการจังหวัดที่สัมพันธ์กับ.

ประสิทธิผลองค์กรสำหรับศึกษาธิการจังหวัด. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร.

ประเสริฐ วัชรชัยศักดิ์. (2556). **การเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักราช
เลขานุการ:**

**การศึกษาระดับปริญญาโทหลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่5. สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์
วโรปการ**

กระทรวงการต่างประเทศ.

พิชาย รัตนดิถก ณ ภูเก็ต. (2552). **องค์การและการบริหารจัดการ. นนทบุรี : ธิงคี่ปียอนด์บุคส์.**

มัลลิกา วิชชุกรังครัด. (2553). **การศึกษางานเป็นทีมของพนักงานครูเทศบาล สังกัดเทศบาล
เมือง**

ชลบุรี.

วันชัย มีชาติ. (2556). **พฤติกรรมกรรมการบริหารองค์การสาธารณะ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.**

วิโรจน์สารรัตน์. (2556). **กระบวนการศึกษากรณีสู่การศึกษาศตวรรษที่21.
กรุงเทพฯ : หจก.ทิพยวิสุทธิ.**

วินิต วิไลวงษ์วัฒนกิจ. (2551). **แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขใน. 86. สถานี
อนามัย**

ระดับตำบล เมือง จังหวัดชลบุรี.

ลำเทียน ฝ้าอาจ. (2559). **การทำงานเป็นทีมของข้าราชการครูในโรงเรียนขยายโอกาส. คณะ
ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.**

เศวณิต เศษานนท์. (2542). **ภาวะผู้นำ. นครราชสีมา : มหาวิทยาลัย ราชภัฏนครราชสีมา.**

สัมมา วรรณิย์. (2556). **ภาวะผู้นำของผู้บริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : ข้าวฟ่าง**

Bennis, W G. and Nanus, B. (1985) . **Leaders: The Strategies for Taking Charge. New
York: Harper & Row.**

Bass, B. M.(1985). **Leadership and performance beyond expectations. London : Collier
Mcmillan.**

Francis, D. & D.Young. (1979). **Improving Work Group : A Practical Manual for Team. Building.
La Jolla, Calif. : University Associates.**

Katzenbach, Jon R. and Smith, Douglas K. 1994. **The Wisdom of Teams. New York:
HarperCollins.**

Parker, G. M. (1990). **Team Players and Team Work :The New Competitive Business**

- Strategy.** San Francisco, Calif. : Jossey - Bass.
- Stott, K. & Walker, A. (1995). **Teams Teamwork & Teambuilding.**
- Weber, M. (1947). **The Theory of Social and Economic Organisations,** Free Press.
- Woodcock, M. and Francis, D. (1994). **Teambuilding Strategy.** Hampshire : Gower Publishing.
- Yukl, G. A. (1998). **Leadership in organizations (3rd ed.).** Englewood Cliffs, NJ : Prentice Hall.

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการบริหารการศึกษา

Factors Affecting Success in Educational Administration

จักรกฤษ มานน้อย, ปราโมทย์ มีสุวรรณ, วิศรุต เลาะวิถี, และสมศักดิ์ วงษ์สะมัน

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอ ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการบริหารการศึกษา ความสำเร็จในการบริหารในปัจจุบันผู้บริหารสถานศึกษาต่างต้องการบริหารงานโรงเรียนให้ไปสู่การบรรลุเป้าหมายตามมาตรฐานของการจัดการศึกษาที่กำหนดไว้ในวิสัยทัศน์ของโรงเรียน ตลอดจนพยายามที่จะพัฒนาปัจจัยหลายๆ ด้านที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารโรงเรียนจะมีประสิทธิผลหรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ ด้านที่มีความสัมพันธ์กับผู้บริหารการศึกษาในการบริหารงานไปสู่ความสำเร็จ ประกอบด้วย ปัจจัยแรก ปัจจัยด้านผู้บริหาร ซึ่งเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและวิสัยทัศน์ในการบริหารงานของผู้บริหาร ปัจจัยที่สอง ปัจจัยด้านครูผู้สอนซึ่งเกี่ยวข้องกับคุณภาพการสอนความพึงพอใจในการทำงานของครูและการได้รับการสนับสนุนทางสังคมของครู ปัจจัยสุดท้าย ปัจจัยด้านสถานศึกษาซึ่งเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของโรงเรียน และวัฒนธรรมในการบริหารโรงเรียนให้ก้าวไปสู่ความสำเร็จ

คำสำคัญ : ปัจจัย; ความสำเร็จ; การบริหารการศึกษา.

Abstract

This article aims to present Factors Affecting Success in Educational Administration Administrative Success At present, school administrators want to administer the school to achieve the goals of the standards of education management set in the vision of the school. as well as trying to develop many factors The aspect that affects the success of school administration will be effective or not depends on many factors which are related to educational administrators in administering to success. consists of the first factor Executive factor The second factor was teacher factors related to teaching quality, teacher job satisfaction and teacher social support. last factor School factors related to the school environment. and culture in school administration to achieve success.

Keywords : factor; success; Education Administration.

บทนำ

การศึกษาเป็นรากฐานสำคัญของความเจริญก้าวหน้าของทุกสิ่งทุกอย่างในยุคปัจจุบันนี้ ดังนั้น การศึกษาของชาติจะดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับคุณภาพของโรงเรียน บุคลากรในโรงเรียน คือ ผู้บริหารและครูในโรงเรียนเป็นหลัก ซึ่งผู้บริหารหรือผู้นำจะต้องเป็นหลักสำคัญในการที่จะนำองค์กรไปสู่เป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ (วิชาญ เงามาม, 2561:1) ซึ่งตามพระราชดำรัสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดชพระราชนิพนธ์ว่า “ในบ้านเมืองนั้น มีทั้งคนดีและคนไม่ดี ไม่มีใครจะทำให้ทุกคนเป็นคนดีได้ทั้งหมดการทำให้บ้านเมืองมีความปรกติสุขเรียบร้อยจึงมิใช่การทำให้ทุกคนเป็นคนดี หากแต่อยู่ที่การส่งเสริมคนดีปกครองบ้านเมืองและควบคุมคนไม่ดีไม่ให้มีอำนาจไม่ให้เกิดความเดือดร้อนวุ่นวายได้” (สำนักงานสารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน, 2560 : 24) ดังนั้นการศึกษาจึงเป็นกระบวนการที่ทำให้คนมีความรู้และคุณสมบัติต่าง ๆ ที่ช่วยให้คนอยู่รอดในโลกยุคปัจจุบันได้เป็นประโยชน์ต่อตนเองครอบครัวและสังคมส่วนรวม (ประยงค์ สวัสดิ์พุทรา, 2561 : 1) และเพื่อให้เป็นไปตามหลักการของพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 มีผลให้เกิดการปฏิรูปการศึกษา อันเป็นภาระสำคัญของชาติมีสาระสำคัญทั้งสิ้น 9 หมวด โดยเฉพาะหมวดที่ 4 แนวทางการศึกษาเป็นการปฏิรูปการเรียนรู้ที่ถือเป็นหัวใจสำคัญของการปฏิรูปการศึกษาซึ่งเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ผู้เรียนที่พึงประสงค์คือ ผู้เรียนเป็นคนดีคนเก่ง และมีความสุข (วิเชียร ชิวพิมาย และสุภัทรา เอื้อวงศ์, 2562 : 13)

และปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารสถานศึกษาในปัจจุบันผู้บริหารสถานศึกษาต่างต้องการบริหารงานโรงเรียนให้ไปสู่การบรรลุเป้าหมายตามมาตรฐานของการจัดการศึกษาที่กำหนดไว้ในวิสัยทัศน์ของโรงเรียน ตลอดจนพยายามที่จะพัฒนาปัจจัยหลายๆ ด้านที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารสถานศึกษา Reid, David, and Peter (1988) กล่าวว่าโรงเรียนจะมีประสิทธิผลหรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลาย ๆ ด้านซึ่งมีความสัมพันธ์กับผู้บริหารการศึกษาในการบริหารงานไปสู่ความสำเร็จ

ดังนั้นผู้เขียนตระหนักและเห็นความสำคัญจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการบริหารการศึกษาเพื่อต้องการทราบว่าปัจจัยอะไรบ้างที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารและหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องใช้เป็นข้อมูลสารสนเทศประกอบการกำหนดนโยบายในการพัฒนาสถานศึกษาของโรงเรียนต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการศึกษา

การบริหารเป็นเรื่องที่มีความสำคัญเพราะเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานขององค์การที่มุ่งไปสู่ความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพตามเป้าหมายและเพื่อความอยู่รอดขององค์การ ในที่นี้ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารไว้ดังนี้

ความหมายของการบริหาร และการบริหารการศึกษา

คำว่า “การบริหาร” (Administration) ใช้ในความหมายกว้างๆ เช่น การบริหารราชการอีกคำหนึ่งคือ “การจัดการ” (Management) ใช้แทนกันได้คำว่าบริหารมีนักวิชาการทางการบริหารหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

Simon A. Herbert (1950) ได้ให้ความหมายของการบริหารไว้ว่า การบริหาร คือ กิจกรรมที่บุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปร่วมมือกันดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างร่วมกัน

Barnard Chester (1962) การบริหาร คือ การทำงานของคณะบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปที่ร่วมปฏิบัติการให้บรรลุเป้าหมายร่วมกัน

Sergiovanni (1992) การบริหาร คือ กระบวนการทำงานร่วมกับผู้อื่นเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

ภาวิตา ธาราศรีสุทธิและวิบูลย์ ไตวณะบุตร (2562) การบริหาร หมายถึง กิจกรรมต่างๆที่บุคคลหลายคนร่วมกันดำเนินการ เพื่อพัฒนาสมาชิกของสังคมในทุกๆ ด้าน นับแต่บุคลิกภาพ ความรู้ความสามารถ เจตคติพฤติกรรม คุณธรรม เพื่อให้มีค่านิยมตรงกันกับความต้องการของสังคม โดยกระบวนการต่างๆ ที่อาศัยควบคุมสิ่งแวดล้อมให้มีผลต่อบุคคลและอาศัยทรัพยากรตลอดจนเทคนิคต่างๆ อย่างเหมาะสมเพื่อให้บุคคลพัฒนาไปตรงตามเป้าหมายของสังคมที่ตนดำเนินชีวิตอยู่

สมศักดิ์ คงเที่ยง (2562) การบริหาร หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปร่วมมือกันดำเนินการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งอย่างใดหรือหลายๆอย่าง ที่บุคคลร่วมกันกำหนดโดยใช้กระบวนการอย่างมีระบบ และให้ทรัพยากรตลอดจนเทคนิคต่างๆ อย่างเหมาะสม

พะยอม วงศ์สารศรี(2564) ให้ความหมายของการบริหารการศึกษาว่า หมายถึงกระบวนการที่ผู้บริหารใช้ศิลป์และกลยุทธ์ดำเนินการ เพื่อให้องค์การบรรลุเป้าหมาย สามารถดำรงตนอยู่ในองค์กรของสังคมได้อย่างมีความสุข

ชาญชัย อาจิมสมาจาร (2555)กล่าวว่า การบริหารการศึกษาเป็นการใช้อิทธิพล(Influencing) ต่อคนอีกกลุ่มหนึ่งคือ นักเรียน เพื่อให้มีความเจริญงอกงาม บรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดโดยการชักกลุ่มคนกลุ่มที่สอง ได้แก่ครูในฐานะตัวแทน (Agent) ดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

วิโรจน์ สารรัตน์ (2556) กล่าวถึง การบริหารว่าเป็นกระบวนการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุจุดหมายขององค์การโดยอาศัยหลักการในการบริหารอย่างน้อย 4 ประการคือการวางแผน การจัดองค์การ

สรุปได้ว่า การบริหาร เป็นกระบวนการหรือกิจกรรมที่บุคคลหลายคนร่วมมือกันดำเนินการอย่างมีระบบ ระเบียบ กฎเกณฑ์โดยใช้ทรัพยากรและเทคนิคต่างๆอย่างเหมาะสมเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ร่วมกัน

ส่วนคำว่า“การบริหารการศึกษา” มีนักวิชาการทางการบริหารและหน่วยงานทางการศึกษาได้ให้ความหมายไว้ดังนี้

ภาวิตา ธาธาศรีสุทธิ และวิบูลย์โตวณะบุตร (2562)กล่าวถึงการบริหารการศึกษาไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่บุคคลหลายคนร่วมกันดำเนินการเพื่อพัฒนาสมาชิกของสังคมในทุกๆด้าน นับแต่บุคลิกภาพความรู้ความสามารถ เจตคติพฤติกรรม คุณธรรม เพื่อให้มีค่านิยมตรงกับความต้องการของสังคม โดยกระบวนการต่างๆ ที่อาศัยควบคุมสิ่งแวดล้อมให้มีผลต่อบุคคล และอาศัยทรัพยากร ตลอดจนเทคนิคต่างๆอย่างเหมาะสม เพื่อให้บุคคลพัฒนาไปตรงตามเป้าหมายของสังคมที่ตนดำเนินชีวิตอยู่โดยอาศัยปัจจัยสำคัญการบริหารที่สำคัญมี 4 อย่าง ที่เรียกว่า 4Ms ได้แก่ 1) คน (Man) 2) เงิน (Money) 3) วัสดุสิ่งของ (Materials) 4) การจัดการ (Management) การบริหารการศึกษาจึงเป็นสาขาวิชาที่มีการจัดการอย่างเป็นระบบ ระเบียบ คือ มีหลักเกณฑ์และทฤษฎีที่พึงเชื่อถือได้อันเกิดจากการค้นคว้าเชิงวิทยาศาสตร์เพื่อประโยชน์ ในการบริหาร โดยลักษณะนี้การบริหารจึงเป็นศาสตร์ (Science) เป็นศาสตร์สังคม ซึ่งอยู่กลุ่มเดียวกับวิชาจิตวิทยา สังคมวิทยาและรัฐศาสตร์แต่ถ้าพิจารณาการบริหารในลักษณะของการปฏิบัติที่ต้องอาศัยความรู้ความสามารถ ประสบการณ์และทักษะของผู้บริหารแต่ละคนที่จะทำงานให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งเป็นการประยุกต์เอาความรู้หลักการและทฤษฎีไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานเพื่อให้เหมาะสมกับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อม การบริหารก็จะมีลักษณะเป็นศิลป์ (Arts)

สำนักงานปฏิรูปการศึกษา (2555) ได้ให้ความหมายของการศึกษาไว้ว่าการบริหารการศึกษา หมายถึง กระบวนการบริหารจัดการเรียนรู้เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคลและสังคมโดยการถ่ายทอดความรู้อันเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อมสังคม การเรียนรู้และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต

สรุปได้ว่า การบริหารการศึกษาเป็นกระบวนการหรือกิจกรรมที่บุคคลหลายคนร่วมมือกันดำเนินการอย่างมีระบบ ระเบียบ กฎเกณฑ์ที่มีการประสานความร่วมมือกันภายในองค์การโดยใช้ทรัพยากรและเทคนิคต่างๆอย่างเหมาะสม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ร่วมกัน เป็นการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ระเบียบ โดยใช้ปัจจัยหรือทรัพยากรการบริหารเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่วางไว้

แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยความสำเร็จ

นักวิชาการและนักวิจัยหลายท่าน ได้มีการศึกษาถึงอิทธิพลของความสำเร็จ ซึ่งสรุปได้ 5 ประการ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2556; พิชสิริ ชมพุดำ, 2552; สุเมธ แสงนิมนวล, 2552;

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2552; เทียนชัย ไชยเศรษฐ์, 2552; สุพานี สถุภวัฏวานิช, 2553; และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2556) ดังนี้

1. ความชัดเจนของยุทธศาสตร์คือ ความชัดเจนของแนวทางการดำเนินงานที่กำหนดขึ้นตามหลักธรรมาภิบาลมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร เปิดโอกาสให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับได้มีส่วนร่วมในการจัดทำ และถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติที่ชัดเจน เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของหน่วยงานและความต้องการของประชาชน ทั้งยังช่วยให้องค์กรมีทิศทางและแนวทางในการดำเนินงานที่ชัดเจน มีความสามารถในการแข่งขัน และสามารถปรับตัวเข้ากับเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ

2. ความเหมาะสมด้านโครงสร้างของหน่วยงาน คือ การจัดโครงสร้างเพื่อรองรับการนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ซึ่งต้องเป็นโครงสร้างที่สอดคล้องกับประเภทของกิจการ การแบ่งงานกันทำที่ชัดเจน การลดขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่มความคล่องตัว และการกระจายอำนาจการตัดสินใจให้แก่เจ้าหน้าที่ทุกฝ่ายอย่างทั่วถึง

3. ความพร้อมของระบบงาน คือ ความพร้อมของระบบการดำเนินงานของระบบราชการไทย ทั้งด้านการบริหารงานบุคคล ให้มีสมรรถนะในการดำเนินงาน ระบบการบริหารงบประมาณ ให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ และมีความคุ้มค่าในการใช้จ่าย ระบบการบริหารพัสดุและเทคโนโลยีสารสนเทศ ตั้งแต่การจัดหา การลงบันทึกรายการ การกำกับดูแล และระบบการบริหารงานทั่วไป ในส่วนของงานประสานงาน และควบคุมติดตามการดำเนินงาน

4. ภาวะผู้นำของผู้บริหารคือ สภาพของความเป็นผู้นำที่จะต้องมีความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ทุกระดับ เพื่อให้สามารถจูงใจเจ้าหน้าที่ทุกคนปฏิบัติงานได้อย่างเต็มใจและมีส่วนร่วม ซึ่งต้องประกอบไปด้วยความเข้มแข็งทั้งร่างกายและจิตใจ ความแกร่งกล้าในการรับผิดชอบในการกระทำ สร้างความศรัทธาให้เป็นที่ยอมรับ สร้างคุณค่าในตนเอง เพื่อเป็นแบบอย่างให้ผู้อื่น และมีความสามารถในการวางแผนและดำเนินงาน

5. การมีส่วนร่วมของเจ้าหน้าที่ คือ กระบวนการที่เจ้าหน้าที่ได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการหรือขั้นตอนต่าง ๆ ของการบริหาร ตั้งแต่ การร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมเสนอแนวทางแก้ไขปัญหา รวมถึงร่วมติดตามการดำเนินงาน และร่วมรับผลประโยชน์จากการบริหารจัดการ

6. สมรรถนะของเจ้าหน้าที่ คือ การมุ่งเน้นสร้างขีดความสามารถของเจ้าหน้าที่ในองค์กร เน้นการทำงานที่มีประสิทธิภาพ สร้างคุณค่าในการปฏิบัติงาน และรับผิดชอบต่อสังคม

7. ค่านิยมร่วมและวัฒนธรรมองค์กร คือ สิ่งที่เป็นคุณลักษณะขององค์กรเชื่อและคิดร่วมกันจนก่อให้เกิดการสร้างสรรคเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละองค์กร โดยสมาชิกในองค์กรนั้น ๆ ได้รับการหล่อหลอมให้ยึดถือปฏิบัติร่วมกัน และถ่ายทอดสู่สมาชิกรุ่นใหม่เพื่อสืบทอดต่อไป

การบริหารจัดการองค์การไปสู่ความสำเร็จ

ผู้นำสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงให้เกิดขึ้นในองค์การได้อย่างยิ่งใหญ่” คำกล่าวนี้อาจจะไม่เป็นจริงหากผู้นำคนนั้นขาดสิ่งที่เรียกว่า ภาวะผู้นำ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของผู้นำที่เป็นหัวหน้างานหรือผู้ที่ดำรงตำแหน่งหน้าที่บริหารงานทุกระดับที่พึงมีและจำเป็นอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการงานขององค์การไม่ว่าจะเป็นองค์การภาครัฐหรือภาคเอกชน เนื่องจากผู้ที่ได้รับแต่งตั้งจากองค์การให้ทำหน้าที่บริหารงานไม่ว่าระดับใดก็ตามถือได้ว่าเป็นผู้นำที่ใช้อำนาจและอำนาจหน้าที่ของตนในการบริหารงานอย่างเป็นทางการขององค์การนั้นในการทำหน้าที่นำคนในองค์การให้ปฏิบัติไปสู่จุดหมายที่ตั้งไว้ อย่างไรก็ตามผู้ที่ดำรงตำแหน่งหน้าที่บริหารจัดการภายใต้สายการบังคับบัญชาที่องค์การมอบอำนาจหน้าที่ (Authority) ให้เป็นผู้นำอย่างเป็นทางการเพื่อบริหารกิจการงานขององค์การ ก็มิได้หมายความว่าหรือเป็นข้อบ่งชี้ว่าผู้บริหารเหล่านั้นจะสามารถทำหน้าที่ผู้นำได้อย่างมีประสิทธิภาพทุกคน เพราะผู้บริหารเหล่านั้นอาจมีภาวะผู้นำที่ล้มเหลวหรือไม่ได้รับการยอมรับของคนในองค์การที่เป็นผู้ตามทั้งต่อหน้าหรือลับหลังทำให้องค์การอ่อนแอ ในทำนองกลับกันภาวะผู้นำอย่างไม่เป็นทางการอาจเกิดขึ้นได้ในบุคคลที่มีได้มีตำแหน่งเป็นผู้บริหาร จนกระทั่งมีความสำคัญเท่าเทียมหรือเหนือกว่าอิทธิพลของผู้บริหารที่มีอำนาจหน้าที่ที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเป็นทางการ หรืออีกนัยหนึ่ง ผู้ที่มีตำแหน่งหน้าที่บริหารจัดการไม่ว่าระดับใดก็ตามต้องมีภาวะผู้นำเพื่อให้เกิดการยอมรับการนำออกเหนือจากการบังคับให้ปฏิบัติตามอันเป็นอำนาจที่มีอยู่แล้วอย่างเป็นทางการ เมื่อเป็นเช่นนี้การศึกษาเรื่องเกี่ยวกับการองค์การและการบริหารจัดการทั้งในเชิงองค์การภาครัฐหรือภาคเอกชนมักจะบรรจุแนวคิดทฤษฎีผู้นำและภาวะผู้นำไว้ด้วยเสมอ

แนวคิดในการศึกษาผู้นำและภาวะผู้นำนั้นมีอยู่มากมายหลายทฤษฎี แต่แนวคิดทฤษฎีที่สำคัญสามารถจัดเป็นกลุ่มได้ ดังนี้

1. ทฤษฎีมหาบุรุษ (Great Man Theory) มีแนวคิดที่ว่าผู้นำคือผู้ที่มีทักษะความเป็นผู้นำมาแต่กำเนิดไม่อาจอธิบายหรือเข้าใจได้
2. ทฤษฎีคุณลักษณะเด่น (Trait Theory) เชื่อว่าผู้นำเกิดจากการมีบุคลิกภาพและการแสดงพฤติกรรมที่บ่งชี้ได้ ดังนั้นคุณลักษณะของผู้นำจึงเป็นผลมาจากการศึกษาจำแนกภาวะผู้นำของมหาบุรุษต่างๆที่มีความเหมือนกันทางด้านต่างๆ แล้วนำมาพัฒนาคุณลักษณะเฉพาะของผู้นำได้
3. ทฤษฎีอำนาจและอิทธิพล (Power and Influence Theory) ให้ความสำคัญที่เครือข่ายของอำนาจและอิทธิพลของผู้นำที่มีต่อบุคคลอื่นๆโดยผู้นำเป็นศูนย์กลางของอำนาจ
4. ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม (Behaviorist Theory) มุ่งเน้นพฤติกรรมที่ผู้นำลงมือปฏิบัติจริงมากกว่าคุณลักษณะเด่นเฉพาะตัว
5. ทฤษฎีเชิงสถานการณ์ (Situation Theory) มองว่าสถานการณ์ที่ต่างกันย่อมต้องการความเป็นผู้นำในรูปแบบที่ต่างกัน ทำให้ภาวะผู้นำมีลักษณะเฉพาะขึ้นอยู่กับสถานการณ์มากกว่าการมีบุคลิกภาพ

อย่างใดอย่างหนึ่ง หรืออิทธิพลของสถานการณ์ที่มีต่อรูปแบบภาวะผู้นำ ดังคำกล่าวที่ว่าสถานการณ์สร้างวีรบุรุษ

6. ทฤษฎีเหตุและปัจจัย (Contingency Theory) เป็นการพัฒนาทฤษฎีเชิงสถานการณ์โดยเลือกตัวแปรเชิงสถานการณ์ที่บ่งชี้รูปแบบของภาวะผู้นำที่เหมาะสมกับสถานการณ์และเหตุปัจจัยในแต่ละสถานการณ์

7. ทฤษฎีเชิงธุรกรรม (Transactional Theory) เป็นภาวะผู้นำที่เกิดขึ้นจากแรงจูงใจภายนอกที่มีผลต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีผลประโยชน์ร่วมกันซึ่งแลกเปลี่ยนหรือต่างตอบแทนซึ่งกันและกัน

8. ทฤษฎีคุณสมบัติ (Attribution Theory) เน้นปัจจัยต่างๆ ที่อยู่เบื้องหลังคุณสมบัติของผู้ตามที่มีภาวะผู้นำในการนำมามากกว่าผู้นำ

9. ทฤษฎีการนำการเปลี่ยนแปลงสภาพ (Transformation Theory) มองแรงจูงใจภายในที่มีผลต่อความสัมพันธ์แบบแลกเปลี่ยนกันโดยมุ่งเน้นความยึดมั่นและสร้างแรงบันดาลใจมากกว่าการยอมตามของบรรดาผู้ตาม ผู้นำการเปลี่ยนแปลงสภาพจึงมีลักษณะเชิงรุก นวัตกรรม และมีวิสัยทัศน์

กล่าวโดยสรุป ภาวะผู้นำเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้แต่มีความสำคัญที่จะส่งผลให้องค์กรสามารถดำเนินกิจการจนบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ รวมทั้งการศึกษาค้นหาภาวะผู้นำของบรรดาผู้นำในองค์กรยังมีแนวคิดที่หลากหลาย นั่นคือ ภาวะผู้นำเป็นเรื่องสลับซับซ้อน ไม่หยุดนิ่ง มีวิวัฒนาการและพัฒนาการเป็นไปตามแนวคิดทฤษฎีองค์กรแต่ละยุคสมัย สมควรที่จะต้องติดตามศึกษาอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้เกิดความเข้าใจและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม (อารักษ์ พรหมณี, 2564)

ปัจจัยความสำเร็จของการบริหารด้านผู้บริหารสถานศึกษา

นักวิชาการและนักวิจัยหลายท่าน ได้มีการศึกษาถึงปัจจัยความสำเร็จของการบริหารด้านผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งสรุปได้ 5 ประการ (สำนักงาน คณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2546; พัชสิริ ชมพุกา, 2552; สุเมธ แสงนันทนวล, 2552; สำนักงานคณะกรรมการพัฒนา ระบบราชการ, 2552; เทียนชัย ไชยเศรษฐ, 2552; สุพานีสถฤฎ์วานิช, 2553; และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบ ราชการ, 2556) ดังนี้

1. ความชัดเจนของยุทธศาสตร์คือ ความชัดเจนของแนวทางการดำเนินงานที่กำหนดขึ้นตามหลักธรรมาภิบาล มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมขององค์กร เปิดโอกาสให้ผู้บริหารและพนักงานทุกระดับมีส่วนร่วมในการจัดทำ และ ถ่ายทอดไปสู่การปฏิบัติที่ชัดเจน เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของหน่วยงานและความต้องการของประชาชน ทั้งยังช่วยให้ องค์กรมีทิศทางและแนวทางในการดำเนินงานที่ชัดเจน มีความสามารถในการแข่งขัน และสามารถปรับตัวเข้ากับ ความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ

2. ความเหมาะสมด้านโครงสร้างของหน่วยงาน คือ การจัดโครงสร้างเพื่อรองรับการนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ ซึ่งต้องเป็นโครงสร้างที่สอดคล้องกับประเภทของกิจการ การแบ่งงานกันทำที่ชัดเจน การลด

ขั้นตอนการปฏิบัติงาน เพื่อเพิ่ม ความคล่องตัว และการกระจายอำนาจการตัดสินใจให้แก่เจ้าหน้าที่ทุกฝ่าย อย่างทั่วถึง

3. ความพร้อมของระบบงาน คือ ความพร้อมของระบบการดำเนินงานของระบบราชการไทย ทั้ง ด้าน การบริหารงานบุคคล ให้มีสมรรถนะในการดำเนินงาน ระบบการบริหารงบประมาณ ให้สอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์การพัฒนา ประเทศ และมีความคุ้มค่าในการใช้จ่าย ระบบการบริหารพัสดุและเทคโนโลยี สารสนเทศ ตั้งแต่การจัดหา การลงบันทึก รายการ การกำกับดูแล และระบบการบริหารงานทั่วไป ในส่วน ของการประสานงาน และควบคุมติดตามการดำเนินงาน

4. ภาวะผู้นำของผู้บริหารคือ สภาพของความเป็นผู้นำที่จะต้องมีความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าหน้าที่ ทุกระดับ เพื่อให้ สามารถจูงใจเจ้าหน้าที่ทุกคนปฏิบัติงานได้อย่างเต็มใจและมีส่วนร่วม ซึ่งต้องประกอบไป ด้วยความเข้มแข็งทั้งร่างกายและ จิตใจ ความแข็งแกร่งกล้าในการรับผิดชอบในการกระทำ สร้างความศรัทธา ให้เป็นที่ยอมรับ สร้างคุณค่าในตนเอง เพื่อเป็น แบบอย่างให้ผู้อื่น และมีความสามารถในการวางแผนและ ดำเนินงาน 3.1.5 การมีส่วนร่วมของเจ้าหน้าที่ คือ กระบวนการที่เจ้าหน้าที่ได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมใน กระบวนการหรือ ขั้นตอนต่าง ๆ ของการบริหาร ตั้งแต่ การร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมเสนอแนวทางแก้ไขปัญหา รวมถึง ร่วมติดตามการดำเนินงาน และร่วมรับผลประโยชน์จากการบริหาร จัดการ

6. สมรรถนะของเจ้าหน้าที่ คือ การมุ่งเน้นสร้างขีดความสามารถของเจ้าหน้าที่ในองค์กร เน้นการ ทำงานที่มี ประสิทธิภาพ สร้างคุณค่าในการปฏิบัติงาน และรับผิดชอบต่อสังคม

7. ค่านิยมร่วมและวัฒนธรรมองค์กร คือ สิ่งที่บุคลากรในองค์กรเชื่อและคิดร่วมกันจนก่อให้เกิด การสร้างสรรค์ เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละองค์กร โดยสมาชิกในองค์กรนั้น ๆ ได้รับการหล่อหลอม ให้ยึดถือปฏิบัติร่วมกัน และถ่ายทอด สู่มหาชิกรุ่นใหม่เพื่อสืบทอดต่อไป

สรุปคือเป็นการทำงานของบุคลากรในองค์กร และการจัดระบบที่สนับสนุน ให้มีการปฏิบัติตาม สำนึกที่ดี ไม่ว่าจะ เป็นในเรื่องของของบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ การให้บริการที่สามารถดำเนินการได้ ภายในระยะเวลาที่กำหนด การติดตามการทุจริต ความโปร่งใสโดยมีกระบวนการเปิดเผยอย่าง ตรงไปตรงมา และการให้บริการ อย่างเท่าเทียมกัน โดยคำนึงถึงผู้ที่เกี่ยวข้องที่จะได้รับผลกระทบ เนื่องจาก ผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติงานในหน่วยงาน ของรัฐนั้นจะเกี่ยวข้องกับประชาชนโดยตรง

ปัจจัยความสำเร็จของการบริหารด้านครุผู้สอน

ดร.กฤษณพงศ์ กีรติกร ประธานมูลนิธิรางวัลสมเด็จเจ้าฟ้ามหาจักรี กล่าวว่า จากการสำรวจความคิดเห็นของครูผู้ได้รับรางวัลคุณากร ครูยิ่งคุณ และครูขวัญศิษย์ เรื่อง“ปัจจัยที่ทำให้ครูประสบความสำเร็จในการจัดการเรียนการสอน”จำนวนทั้งสิ้น 132 คน จากครูจำนวนทั้งสิ้น 164 คน พบว่า

ปัจจัยที่ครูคิดว่าทำให้ศิษย์ประสบความสำเร็จ

อันดับ 1 คือ ปฏิสัมพันธ์ที่ระหว่างครูกับศิษย์ 81% ตามด้วย

อันดับ 2 วิธีการสอนให้เข้าใจไม่ใช่ท่องจำ 53.5% และ

อันดับ 3 การสร้างแรงบันดาลใจถึงความสำเร็จ 52%

สำหรับปัจจัยที่ทำให้ครูประสบผลสำเร็จในการจัดการเรียนการสอน 5 อันดับแรกคือ

1. เตรียมการสอน
2. การพัฒนาองค์ความรู้เพื่อใช้ในการสอน/การออกแบบหลักสูตร
3. การทำงานร่วมกับลูกศิษย์แบบตัวต่อตัวรายบุคคล
4. แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับเพื่อนครูเพื่อพัฒนาการสอน
5. จัดกิจกรรมพิเศษต่างๆนอกเหนือจากการเรียนรู้ในชั้นเรียน

ส่วนปัจจัยที่ทำให้ครูประสบผลสำเร็จในการจัดการเรียนการสอนน้อยที่สุด 5 อันดับแรก
ได้แก่

1. จัดเตรียมเอกสารสำหรับงานประเมิน
2. จัดเตรียมเอกสารเพื่อจัดทำผลงานวิทยฐานะ
3. งานธุรการในโรงเรียน
4. การประชุม
5. การเตรียมเด็กเพื่อเข้าร่วมแข่งขันทักษะความรู้และทักษะวิชาการ

ข้อเสนอของครูในการปฏิรูปการศึกษา พบว่า

อันดับ 1 การพัฒนาปรับปรุงวิธีการสอนของครูให้หลากหลาย โดยใช้สื่อการสอน เทคนิควิธีการสอน เพิ่มทักษะอาชีพ พัฒนาทางด้านการจัดการเรียนรู้คิดวิเคราะห์มากกว่าการท่องจำ 46%

อันดับ 2 การสร้างจิตวิญญาณและจรรยาบรรณของความเป็นครูอย่างต่อเนื่อง 45% และ

อันดับ 3 การสนับสนุนครูที่มีศักยภาพเป็นต้นแบบสำหรับครูอื่นและจัดทำเครือข่าย สร้างครูมืออาชีพ 42% (กฤษณพงศ์ กีรติกร, 2565)

ปัจจัยความสำเร็จของการบริหารด้านสถานศึกษา

ปัจจุบันเป็นยุคของการเปลี่ยนแปลงและแข่งขันอยู่ตลอดเวลาโดยเฉพาะเรื่องของคุณภาพความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์สิ่งที่จะทำให้มนุษย์เราอยู่รอดได้ในสังคมปัจจุบันนั้นคือคุณภาพจึงจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพของมนุษย์

ในทุกๆ ด้านโดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องการศึกษาซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการดำเนินชีวิตของเด็กและเยาวชน ซึ่งเป็นอนาคตของชาติให้มีความรู้ ความสามารถและมีทักษะในการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุขพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในทุกๆ ด้าน สถาบันการศึกษาเป็นสถาบันที่ส่งออกจากสถาบันครอบครัวที่เป็นแหล่งพัฒนาคนให้มีความรู้ นำไปใช้ชีวิตในสังคม การจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียนเป็นเรื่องจำเป็นที่รัฐจะต้องดำเนินการโดยจะต้องจัดการศึกษาที่มีคุณภาพให้แก่ประชาชนอย่างทั่วถึง เพื่อให้ศักยภาพที่มีอยู่ในตัวผู้เรียนได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ รู้จักคิดวิเคราะห์ รู้จักแก้ปัญหา มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ รู้จักเรียนรู้ด้วยตนเอง และสามารถปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว มีจริยธรรม คุณธรรม รู้จักพึ่งตนเอง และสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับกลยุทธ์การบริหารจัดการสถานศึกษาสู่ความสำเร็จ ดังนี้

1. การวางแผนกลยุทธ์และการประเมินแผนงาน(งานโครงการ) การวางแผนกลยุทธ์ (Strategic Planning) คือ จุดเริ่มต้นของกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์ ซึ่งประกอบด้วย

- 1) ขั้นตอนการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสถานภาพ(สถานการณ์)ขององค์กร
- 2) การนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หรือสังเคราะห์
- 3) การนำสิ่งที่ได้(ข้อมูลที่รวบรวมได้)ไปใช้ในการวางทิศทางขององค์กร และ
- 4) จากนั้นจึงกำหนดกลยุทธ์ว่าควรทำอย่างไร เพื่อให้ได้ตามทิศทางที่กำหนดไว้ 1.วิเคราะห์สภาพแวดล้อมโดยพิจารณาจุดแข็งจุดอ่อนโอกาสอุปสรรคทั้งภายในและภายนอกองค์กร 2.จัดวางทิศทางขององค์กรโดยกำหนดวิสัยทัศน์พันธกิจ(ภารกิจ) และวัตถุประสงค์ขององค์กรอย่างชัดเจน 3.กำหนดกลยุทธ์โดยพิจารณาความเหมาะสมและการสามารถไปปฏิบัติได้จริงจากการวิเคราะห์ทางเลือกด้วยเทคนิคต่าง ๆ 4.ปฏิบัติตามกลยุทธ์โดยดำเนินงานตามแผนที่กำหนดไว้คำนึงถึงโครงสร้างขององค์กรและวัฒนธรรมขององค์กรเพื่อนำไปสู่ความสำเร็จและเกิดความเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบ 5.ความคุมเชิงกลยุทธ์ โดยติดตามผลการปฏิบัติงานประเมินผลกระบวนการและประเมินผลสำเร็จขององค์กรการประเมินแผนงาน (งานโครงการ) มยุรี อนุমানราชชน (2546 : 286) ได้ให้ความหมายของการประเมินโครงการว่า หมายถึงการออกแบบการวิจัยประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้มาซึ่งผลสรุปการวิจัยที่มีความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นมากที่สุด

ในสถานการณหนึ่งๆโดย สมหวัง พิธิยานุวัฒน์ (2537 : 13-19)กล่าวถึงรายละเอียดการประเมินผลโดยแบ่งไว้เป็น 4 ประเภท คือ 1) การประเมินบริบทหรือสภาวะแวดล้อม (Context Evaluation) 2) การประเมินปัจจัยเบื้องต้น (Input Evaluation) 3) การประเมินกระบวนการ (Process Evaluation) และ 4) การประเมินผลผลิต (Product Evaluation)

2. การเปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการงานวิชาการของสถานศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนาผู้เรียนหรือกำลังคนสู่ประชาคมอาเซียน กระทรวงศึกษาธิการได้กำหนดแนวการจัดการเรียนรู้สู่

ประชาคมอาเซียนระดับประถมศึกษากำหนดลักษณะเด็กไทยในประชาคมอาเซียนไว้ 3 ด้านคือด้าน ความรู้ด้านทักษะ/กระบวนการและด้านเจตคติและกำหนดตัวชี้วัดคุณภาพนักเรียนตัวชี้วัดคุณภาพครู คุณภาพผู้บริหารสถานศึกษาจำเป็นจะต้องจัดการเรียนรู้ให้ผู้เรียนเกิดความตระหนักเห็นความสำคัญมีเจต คติที่ดีเกี่ยวกับอาเซียนครูผู้สอนสามารถจัดการเรียนรู้ได้หลากหลายลักษณะ (สำนักงานคณะกรรมการ การศึกษาขั้นพื้นฐาน.2554 : 11-64) ดังนี้ 1) จัดการเรียนรู้เรื่องอาเซียนในกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมซึ่งมีมาตรฐานการเรียนรู้/ตัวชี้วัด/สาระการเรียนรู้ที่ชัดเจนเกี่ยวกับอาเซียนคือความ เป็นมาของกลุ่มอาเซียนโดยสังเขปสมาชิกของอาเซียนในปัจจุบันและความสัมพันธ์ของกลุ่มอาเซียนทาง เศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบันโดยสังเขป 2) จัดการเรียนรู้แบบบูรณาการกับกลุ่มสาระการเรียนรู้ต่างๆโดย อาจบูรณาการในแต่ละ กลุ่มสาระการเรียนรู้หรือบูรณาการหลายกลุ่มสาระการเรียนรู้เข้าด้วยกัน 3) จัดการเรียนรู้โดยการจัดทำเป็นรายวิชาเพิ่มเติม 4) จัดการเรียนรู้ในกิจกรรมพัฒนาผู้เรียน 5) จัดเป็น กิจกรรมเสริมที่เป็นกิจกรรมในสถานศึกษา

3. การมอบหมายงานการกำกับติดตามงานและการส่งเสริมการพัฒนาครูเพื่อพัฒนา ผู้เรียน การมอบหมายงานการกำกับติดตามงานและการส่งเสริมการพัฒนาครูเพื่อพัฒนาผู้เรียน ควร ศึกษาบริบทของบุคลากรแต่ละคนและยึดหลัก การบริหารงานโดยมุ่งผลสัมฤทธิ์(RBM) โดยใช้หลักการ บริหารกิจการบ้านเมืองและสังคมที่ดีด้วย ตามระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยการสร้างระบบบริหาร กิจการบ้านเมืองและ สังคมที่ดี พ.ศ.2542 และ RBM : Results เกี่ยวข้องกับทุกกระบวนการของการบริหาร ได้แก่ (เมธินี จิตติขานนท์. ออนไลน์) Plan ต้องกำหนดวัตถุประสงค์/เป้าหมายชัดเจน (ต้องการผลสัมฤทธิ์ อะไร)Do ปฏิบัติมุ่งให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามที่วางแผนไว้ วัดว่าปฏิบัติได้ผลสัมฤทธิ์ตามที่วางแผนหรือไม่ (KPI ชัดเจน)และ Act ปรับปรุงแก้ไขให้ได้ผลสัมฤทธิ์ตามที่วางแผนไว้ การส่งเสริมพัฒนาครู ควรส่งเสริมและ พัฒนาตามสมรรถนะที่จำเป็นในการปฏิบัติงานของครูผู้สอนคือสมรรถนะหลัก (Core Competency)และ สมรรถนะประจำสายงาน (Functional Competency)การกำกับติดตามและการส่งเสริมการพัฒนาเป็น แนวทางช่วยให้บุคลากรในโรงเรียนปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ

4. การนำกฎหมายระเบียบหลักเกณฑ์และวิธีการที่เกี่ยวข้องไปใช้ในการบริหารจัดการ สถานศึกษาและวิชาชีพ การบริหารจัดการสถานศึกษาต้องยึดกฎระเบียบหลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องและ ปฏิบัติตามนโยบายของรัฐและพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติพ.ศ. 2542 กำหนดให้สถานศึกษาของ รัฐบาลมีฐานะเป็นนิติบุคคลได้รับอำนาจในการบริหารและจัดการศึกษาทั้งด้านวิชาการงบประมาณ การบริหารงานบุคคลและการบริหารทั่วไปในการบริหารงานต้องอาศัยกฎระเบียบต่าง ๆที่เกี่ยวข้องกับการ บริหารสถานศึกษา ดังนี้ 1. รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 2. พระราชบัญญัติการศึกษา แห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม 3.พระราชบัญญัติการศึกษาภาคบังคับ พ.ศ. 2545 4. พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2546 5. พระราชบัญญัติสภาครูและ บุคลากรทางการศึกษา พ.ศ. 2547

6. กฎกระทรวงกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง การแบ่งส่วนราชการในสถานศึกษา พ.ศ. 2546

7. ระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยการบริหารจัดการและขอบเขตการปฏิบัติหน้าที่ของสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคลสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพ.ศ.2546

8. การส่งเสริมสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการสถานศึกษาและการจัดการเรียนรู้ การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาใช้ในโรงเรียนเพื่อเป็นเครื่องมือในการบริหารและการจัดการศึกษาของโรงเรียนทำได้ดังนี้ (การใช้ระบบไอซีทีในโรงเรียน. 2555 : 1 - 6) 1) การจัดหาฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ (Hardware & Software) 2) การส่งเสริมพัฒนาซอฟต์แวร์ (Software) และสื่อ นวัตกรรมการเรียนการสอน 3) การเตรียมความพร้อมบุคลากร (People) 4) การส่งเสริมนักเรียนใช้ไอซีทีในการจัดการเรียนรู้ 5) จัดกิจกรรมพิเศษไอซีทีในโรงเรียน 6) ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับแหล่งเรียนรู้ และ 7) ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับการบริหารจัดการ

สรุป การบริหารจัดการสถานศึกษาสู่ความสำเร็จ ผู้บริหารต้องมีความรู้และสามารถวางแผนกลยุทธ์ เพื่อนำองค์กรสู่ความสำเร็จอย่างมีระบบและขั้นตอน สามารถนำแผนกลยุทธ์สู่การปฏิบัติได้และมีการติดตามประเมินผลของการดำเนินงานอย่างมีระบบ เพื่อตรวจสอบภาพความสำเร็จเป็นระยะ ส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของครูผู้สอนให้มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาผู้เรียนส่งเสริมและจัดหาสื่อ นวัตกรรมทางการศึกษาสำหรับการบริหารจัดการและการจัดเรียนการสอนในการบริหารจัดการสถานศึกษาต้องยึดกฎหมาย ระเบียบ ข้อปฏิบัติ หลักเกณฑ์และวิธีการที่เกี่ยวข้องไปใช้ในการบริหารงาน และเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารจัดการต้องคำนึงถึงการระดมทรัพยากรทางการศึกษาและการสร้างเครือข่ายความร่วมมือของทุกภาคส่วน เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ความสามารถพร้อมก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

บทสรุป

ในยุคปัจจุบันเรื่องของการบริหารการศึกษา(Education Administration) เกิดกระแสเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งเกิดจากการผลักดัน จากสถานการณ์ต่าง ๆ และจากแหล่งต่าง ๆ ของสังคม แล้วค่อย ๆ ก่อตัวจนมีพลังถึงขั้นเกิดกระแสปฏิรูปการศึกษาเป็นระยะ ๆ เมื่อมีแรงหนุนจากกระแสอื่น ๆ เช่น กระแสโลกาภิวัตน์กระแสปฏิรูปการเมือง ที่สำคัญคือปัจจัยแรก ปัจจัยด้านผู้บริหาร ซึ่งเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและวิสัยทัศน์ในการบริหารงานของผู้บริหาร การทำงานของบุคลากรในองค์กร และการจัดระบบที่สนับสนุนให้มีการปฏิบัติตามสำนึกที่ดี ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของของบริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ การให้บริการที่สามารถดำเนินการได้ ภายในระยะเวลาที่กำหนด การติดตามการทุจริต ความโปร่งใสโดยมีกระบวนการเปิดเผยอย่างตรงไปตรงมา และการให้บริการ อย่างเท่าเทียมกัน โดยคำนึงถึงผู้ที่เกี่ยวข้องที่จะได้รับผลกระทบ เนื่องจากผู้ที่ได้รับผลกระทบจากการปฏิบัติงานในหน่วยงาน ของรัฐนั้นจะเกี่ยวข้องกับประชาชนโดยตรง ปัจจัยที่สอง ปัจจัยด้านครูผู้สอนซึ่งเกี่ยวข้องกับคุณภาพการสอนความพึงพอใจในการ

ทำงานของครูและการได้รับการสนับสนุนทางสังคมของครู ปัจจัยสุดท้าย ปัจจัยด้านสถานศึกษาซึ่งเกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของโรงเรียน และวัฒนธรรมในการบริหารโรงเรียนให้ก้าวไปสู่ความสำเร็จ การบริหารจัดการสถานศึกษาสู่ความสำเร็จ ผู้บริหารต้องมีความรู้และสามารถวางแผนกลยุทธ์ เพื่อนำองค์กรสู่ความสำเร็จอย่างมีระบบและขั้นตอน สามารถนำแผนกลยุทธ์สู่การปฏิบัติได้และมีการติดตามประเมินผลของการดำเนินงานอย่างมีระบบ เพื่อตรวจสอบสภาพความสำเร็จเป็นระยะ ส่งเสริมการพัฒนาสมรรถนะของครูผู้สอนให้มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาผู้เรียนส่งเสริมและจัดหาสื่อนวัตกรรมทางการศึกษาสำหรับการบริหารจัดการและการจัดเรียนการสอนในการบริหารจัดการสถานศึกษาต้องยึดกฎหมายระเบียบ ข้อปฏิบัติ หลักเกณฑ์และวิธีการที่เกี่ยวข้องไปใช้ในการบริหารงานและเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการบริหารจัดการต้องคำนึงถึงการระดมทรัพยากรทางการศึกษาและการสร้างเครือข่ายการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ความสามารถพร้อมก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียน (อุมาพร สันตจิตร์, 2562: 6-7)

เอกสารอ้างอิง

ครรรชิต มาลัยวงศ์. (2557). **เทคโนโลยีการบริหารการศึกษา**. (ออนไลน์). แหล่งที่มา :

http://www.drkanthit.com/general_articles/articles/general_24.html. 21 เมษายน 2565.

ชาญชัย อาจิมสมาจาร. 2565. **การบริหารการศึกษา**. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์สื่อส่งเสริมกรุงเทพ. นพปฎล สุทธนนท์. (1 พฤศจิกายน 2557). “**การจัดการคุณภาพโดยรวม ในโรงพยาบาลภาครัฐของไทย**,” *ธนาภิษ*. 27 (6) : 14.

บุญรัตน์ ไตทอง. (ม.ป.ป.). **หลักการจัดการ**. กรุงเทพฯ : ศูนย์ส่งเสริมกรุงเทพ.

ปราชญา กล้าผจญ และสมศักดิ์ คงเที่ยง. 2557. **หลักและทฤษฎีการบริหารการศึกษา**.

กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ประยงค์สวัสดิ์พุทรา. (2561). **ความพึงพอใจในปัจจัยการปฏิบัติงานของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครราชสีมา เขต 5**. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษามหาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.

ปรัชญา เวสารัชช. (2564). **หลักการจัดการศึกษา**. กรุงเทพฯ : ภาพพิมพ์.

พะยอม วงศ์สารศรี. 2564. **การบริหารงานบุคคล**. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร: พรวนการพิมพ์.

ภาวิดา ธาราศรีสุทธิ และวิบูลย์ ไตวณะบุตร. 2542. **หลักและทฤษฎีการบริหารการศึกษา**.

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- วิชาญ เงามาม. (2561). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษานครราชสีมาเขต 4.** วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
- วิโรจน์สารรัตน์. (2556). **การบริหารการศึกษา : หลักการ ทฤษฎี** หน้าที่ ประเด็นและบทวิเคราะห์. พิมพ์ครั้งที่4. กรุงเทพมหานคร : อักษราพิพัฒน์.
- วรรณ บุษราคัมวดี. (2551). **องค์การและการจัดการ.** กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- วิเชียร ชิวพิมาย และสุภัทรา เอื้อวงศ์. (2562). **การวิจัยการบริหารการศึกษา.** เอกสารประกอบการบรรยาย. หลักสูตรปริญญาโทสาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล.
- ศิริพงษ์ เสาภายน. (2558). **หลักการบริหารการศึกษา : ทฤษฎีและแนวปฏิบัติ.** พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บั๊ค พอยท์.
- สำนักงานสภานุกรมไทย. (2560). **สภานุกรมไทยสำหรับเยาวชน ฉบับเฉลิมพระเกียรติรัชกาลที่ 9** **ครองราชย์ ครบ 60 ปี.** กรุงเทพฯ : บริษัทอมรินทร์ที่แอลทีจำกัด.
- สำนักงานปฏิรูปการศึกษา. (2545). **ปฏิรูปการศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542.** กรุงเทพมหานคร : บุญศิริการพิมพ์.
- สมศักดิ์ คงเที่ยง. **หลักและทฤษฎีการบริหารการศึกษา.** กรุงเทพมหานคร : มิตรภาพการพิมพ์และสตูดิโอ, 2562
- อุมาพร สันตจิตร์. (2552). **ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารสถานศึกษาเอกชน ระดับปฐมวัยในจังหวัดนครศรีธรรมราช.** วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.
- Barnard, Chester L, **Organization and Management.** Cambridge, Mass: Harvard University Press, 1962
- Reid, K., David, H. & Peter, H. (1988). **Towards the effective school.** Oxford : Basic Blackwell.
- Simon, Herbert A.,Smithburg, Donald W., and Thompson,Victor. **A.Public Administration.** New York : Alfred Aknopt, 1950.
- Sergiovanni, Thomas J. **Educational Governance and Administration.** Massachusetts : Allyn& Bacon, 1992.

การเปรียบเทียบคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติในศตวรรษที่ 21 ที่เกิดขึ้นจริงกับความคาดหวัง:
มุมมองของผู้ใช้บัณฑิตจากกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

Comparative Studies of Perceived and Expected Hand-on Graduate Characteristics in the 21st
Century: Perspectives from Employers Using Graduates from Rajamangala Universities of
Technology

จิตรลดา ตรีสาคร (Chitralada Trisakhon)*, พิศมัย จารุจิตติพันธ์ (Pisamai Jarujittipant), เกียรติชัย วีระ
ญาณนนท์ (Kietchai Veerayannon)

สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ

*ผู้นิพนธ์หลัก : อีเมลล์ ap.chitralada@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความคาดหวังและผลที่เกิดขึ้นจริงต่อคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติ และ 2) เปรียบเทียบคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติที่เกิดขึ้นจริงกับความคาดหวังของผู้ใช้บัณฑิต โดยทำการเก็บข้อมูลจากผู้ให้บัณฑิต จำนวน 400 คน จากทั่วประเทศไทยที่มีที่ตั้งของกลุ่มมหาวิทยาลัยราชมงคลทั้ง 9 แห่งด้วยวิธีการเจาะจงและตามความสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงและความน่าเชื่อถือ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิธี PNI_{Modified} โดยการศึกษาพบว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บัณฑิตเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติทุกด้าน ได้แก่ คุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรมทางวิชาชีพ ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านทักษะการเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติ และด้านทักษะการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ ผลที่เกิดขึ้นจริงเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติในมุมมองของผู้ใช้บัณฑิตทุกด้านอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ใช้บัณฑิตและผลที่เกิดขึ้นจริงเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติด้วยวิธี PNI_{Modified} พบว่า คุณลักษณะของนักปฏิบัติทุกด้าน มีค่า PNI ติดลบ ซึ่งผลของการศึกษานี้ จะช่วยให้ผู้ประกอบการ นักวิชาการและผู้สนใจมีข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติที่สามารถเติมเต็มความต้องการของผู้ประกอบการ และยังสามารถเติมเต็มช่องว่างทางการวิจัยซึ่งเป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาการต่อไป

คำสำคัญ: คุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติ

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the level of expectation and actual results on hand-on graduate characteristics and 2) to compare the actual results related to the hand-on graduate characteristics with the graduate users' expectations. The data was collected from 400 graduate users from all over Thailand, located in the area of 9 Rajamangala Universities of Technology using purposive and convenient sampling methods. The instrument used for data collection was a questionnaire that was validated for validity and reliability. Data was analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, and PNI_{Modified} method. The study found that expectations of graduate users regarding all hand-on graduate characteristics: professional ethics, knowledge, intellectual skill, interpersonal skill and responsibilities, skills related to numerical analysis, communication and information technology usage, hand-on graduate skill, and entrepreneurial skills were at moderate level. Meanwhile, the actual results on all aspects of hand-on graduate characteristics in view of graduate users were at a high level. The results of comparative study about graduate users' expectation and actual results using PNI_{Modified} method revealed that all aspects of hand-on graduate characteristics had negative PNI values. This study can contribute useful information for helping entrepreneurs, scholars and interested persons to develop hand-on graduate characteristics to respond the needs of entrepreneurs in the labor market and can also fill gaps in research which will benefit the academic community in the future.

Keywords: Hand-on Graduates' Characteristics

บทนำ

การศึกษาเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความรู้ความสามารถในการใช้ชีวิตประจำวันไม่ว่าจะเป็นทั้งการทำงาน การเข้าสังคม ตลอดจนการใช้ชีวิตทั่วไป ซึ่งเมื่อการศึกษาที่ดีเกิดขึ้นจะส่งผลให้ทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งที่มีความค่ามากขึ้นและส่งผลกระทบต่อการพัฒนาและเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (Todaro and Smith, 2011) สำหรับการพัฒนาทุนมนุษย์นั้น ได้รับความสนใจอย่างมากตั้งแต่ช่วงต้นปี ค.ศ. 1960 เป็นต้นมา โดยทฤษฎีทุนมนุษย์ได้มีบทบาทสำคัญและมีอิทธิพลต่อทฤษฎีทางเศรษฐกิจ มาตรฐานการครองชีพของแต่ละประเทศ และกำหนดเป็นนโยบายทางเศรษฐกิจ ซึ่ง ฤทธิพล ไชยบุรี (2562) กล่าวว่า ในการพัฒนาทุนมนุษย์ในยุคไทยแลนด์ 4.0 นั้น ทรัพยากรมนุษย์ถือได้ว่าเป็นทรัพยากรที่มีมูลค่า ทุนมนุษย์เป็นกระบวนการหนึ่งที่สำคัญที่มีส่วนในการขับเคลื่อนการพัฒนาองค์กร เพราะความสามารถ ตลอดจนทักษะหรือความชำนาญรวมถึงประสบการณ์ของแต่ละคนที่สั่งสมอยู่ในตัวเอง สามารถนำมาเสริมสร้าง และพัฒนาศักยภาพขององค์กร

ดังนั้น องค์การต้องตระหนักและให้ความสำคัญต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้บุคคลนั้นได้ดึงศักยภาพภายในของแต่ละบุคคลซึ่งถือเป็นต้นทุนมนุษย์ออกมาใช้ในการทำงาน นำไปสู่ผลลัพธ์หรือเป้าหมายขององค์การ ในขณะที่ประเทศจะต้องวางระดับรากฐานทางการศึกษาตั้งแต่ระดับอนุบาล ระดับมัธยม ระดับอุดมศึกษาตลอดจนการเรียนรู้ตลอดชีวิต ควบคู่ไปกับการจัดการการศึกษาที่ดี

มหาวิทยาลัยในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง มีนโยบายในการผลิตบัณฑิตร่วมกันและมีแผนการดำเนินงาน ที่มีจุดมุ่งหมายไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ มีแผนพัฒนาที่มุ่งเน้นบัณฑิตที่คิดเป็นระบบปฏิบัติเป็นเลิศ ทักษะสูง จิตสะอาดตั้งมั่นว่องไวในการเรียนรู้และการทำงาน ตลอดจนมีอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและเป็นที่ยอมรับของสังคม ผลิตกำลังคนที่มีคุณภาพตามความต้องการของประเทศ และตรงตามอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2562) เพื่อให้สอดคล้องกับการจัดการเรียนการสอนให้ผู้เรียนได้กลายเป็นบัณฑิตในศตวรรษที่ 21 คือ การอ่านออก เขียนได้ คิดเป็น มีการคิดวิเคราะห์ มีความคิดสร้างสรรค์ มีส่วนร่วม เข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่าง กัน มีความรู้ทางคอมพิวเตอร์ มีทักษะการเรียนรู้ต่างๆ และปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง (วิจารณ์ พานิช, 2555; ปารีชาติ บัวเจริญ, นพรัตน์ เตชะพนธ์รัตนกุล, และ ปวันรัตน์ บัวเจริญ, 2562)

ในปัจจุบันมีงานวิจัยหลายงานที่พยายามทำการสำรวจความพร้อมและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยที่ใช้ในการผลิตบัณฑิต และทำการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการในการใช้บัณฑิตของผู้ประกอบการ แต่ยังมีงานวิจัยน้อยชิ้นที่ศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติที่เกิดขึ้นจริงกับความคาดหวังของผู้ประกอบการ ซึ่งจากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติที่เกิดขึ้นจริงกับความคาดหวังของผู้ประกอบการ ซึ่งทำการศึกษาในกลุ่มมหาวิทยาลัยราชมงคลทั้ง 9 แห่ง เพื่อตอบคำถามว่าผู้ประกอบการมีความคาดหวังต่อคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติอยู่ในระดับใด และผู้ประกอบการมีการรับรู้คุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติที่เกิดขึ้นจริงอยู่ในระดับใด โดยผลของการศึกษาในครั้งนี้ จะช่วยให้ผู้ประกอบการ นักวิชาการและผู้สนใจได้เข้าใจมีข้อมูลเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติที่สามารถเติมเต็มความต้องการของผู้ประกอบการ และยังสามารถเติมเต็มช่องว่างทางการวิจัยซึ่งเป็นประโยชน์ต่อวงการวิชาการต่อไป

วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา 1) ระดับความคาดหวังและผลที่เกิดขึ้นจริงต่อคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติ และ 2) เปรียบเทียบคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติที่เกิดขึ้นจริงกับความคาดหวังของผู้ประกอบการ

การทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและจำเป็นต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความรู้ความสามารถ ซึ่งมีงานวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศได้นำแนวคิดการศึกษาที่เป็นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มาเป็นองค์ประกอบในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมมากมาย ไม่ว่าจะเป็น Romer (2011) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับความสำเร็จในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและพบว่าการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นตัวแปรอธิบายที่สำคัญ นอกจากนี้ Mariana (2015) ได้ศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาในระดับอุดมศึกษา และการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศโรมาเนียในช่วงปี 1980-2013 และพบว่า การศึกษาระดับอุดมศึกษามีผลในเชิงบวกที่สำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ หรือ Nowak and Dahal (2016: 22-41) ที่ได้สำรวจความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างการศึกษาและการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศเนปาลระหว่างปี 1995 และ 2013 และพบว่า การศึกษาทุกระดับล้วนส่งผลให้เกิดการพัฒนาและเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน หรือ Kotásková et.al. (2018: 253-261) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษากับการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศอินเดียระหว่างปี 1975 ถึง 2016 โดยเน้นที่การศึกษาในระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา และอุดมศึกษา ด้วยการประมาณค่าทางเศรษฐมิติด้วยการทดสอบความสัมพันธ์เชิงเหตุภาพ (Granger Causality Method) และ ความสัมพันธ์เชิงดุลยภาพระยะยาว (Cointegration Method) ซึ่งผลการศึกษาพบว่า มีหลักฐานที่น่าสนใจที่พิสูจน์ความเชื่อมโยงเชิงบวกระหว่างระดับการศึกษากับการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศอินเดีย ซึ่งอาจส่งผลต่อการดำเนินการของรัฐบาลและสามารถกำหนดอนาคตของประเทศอินเดียได้ ซึ่ง แสดงให้เห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาทางการศึกษาและการให้ความสนใจการผลิตกำลังคน หรือการพัฒนาทุนมนุษย์ ในขณะที่ ฤทธิพล ไชยบุรี (2562: 236) กล่าวว่า ในการพัฒนาทุนมนุษย์ในยุคไทยแลนด์ 4.0 นั้น ทรัพยากรมนุษย์ถือได้ว่าเป็นทรัพยากรที่มีมูลค่า และการเสริมสร้างพัฒนาทุนมนุษย์ ถือเป็นการลงทุนอย่างหนึ่งเช่นเดียวกันกับการลงทุนปกติ เพื่อให้ได้ผลตอบแทนคืนมาทีหลัง แต่การลงทุนด้านพัฒนาทุนมนุษย์นี้ สิ่งที่ได้ตอบแทนกลับมาไม่ได้อยู่ในรูปตัวเงิน แต่เป็นความสามารถของบุคลากรในองค์การที่ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ถือเป็นกำไรที่ต่อยอดให้องค์การเกิดการพัฒนามากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ การจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษานั้น ถือว่าเป็นการจัดการศึกษาที่อยู่ในระดับที่สำคัญอย่างมาก เนื่องจากเป็นการศึกษาที่เตรียมบุคคลเข้าสู่อาชีพ โดยผู้เรียนที่สำเร็จการศึกษาในระดับนี้แล้วจะเข้าสู่การประกอบอาชีพ ดังนั้น การสำเร็จการศึกษาแล้วมีอาชีพหรือมีงานทำจึงเป็นเป้าหมายของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นสถานศึกษา ผู้ปกครอง นักศึกษา และหน่วยงานของภาครัฐ ต้องให้ความสนใจและร่วมกันพัฒนาและขับเคลื่อนการจัดการศึกษาในระดับอุดมศึกษาให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งการที่ผู้เรียนสามารถสำเร็จการศึกษาแล้วมีอาชีพทันทีจำเป็นต้องเป็นผู้เรียนที่มีคุณภาพตามที่เจ้าของสถานประกอบการยอมรับ (จุมพจน์ วณิชกุล, วชิร ชูชาติ และ สาโรจน์ เผ่าวงศากุล, 2560) นอกจากนี้ การพัฒนา

การศึกษาของไทยยังจำเป็นต้องมีการพัฒนาควบคู่กันกับการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในยุคอุตสาหกรรม 4.0 เพื่อให้ก้าวเข้าสู่การพัฒนาตามนโยบายการศึกษาไทย 4.0 ซึ่งเป็นการศึกษาที่มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการศึกษาใหม่ๆ มาเป็นตัวขับเคลื่อน การเข้าถึงความรู้ที่มีอยู่อย่างมากมาย เพื่อนำความรู้นั้นมาต่อยอดอย่างสร้างสรรค์ โดยคำนึงถึงคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาซึ่งเป็นที่ยอมรับในระดับสากลและต้องสอดคล้องกับมาตรฐานการศึกษาของชาติที่มุ่งเน้นการพัฒนาในทุกมิติ ซึ่งจากนโยบายการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจแบบเดิมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม จึงจำเป็นต้องมีการปฏิรูปและพัฒนาการศึกษาของประเทศ เพื่อยกระดับการศึกษาไทยให้สอดคล้องกับทิศทางของนโยบาย (วรุฒิ เพ็งพันธ์, 2561)

เพื่อเป็นการพัฒนาทุนมนุษย์ให้มีศักยภาพสอดคล้องกับทิศทางของนโยบายของประเทศและระดับนานาชาติ มหาวิทยาลัยในกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง ประกอบไปด้วย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน โดยมีนโยบายในการผลิตบัณฑิตร่วมกันและมีแผนการดำเนินงาน ที่มีจุดมุ่งหมายไปในทิศทางเดียวกัน เช่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร มีแผนพัฒนาที่มุ่งเน้นบัณฑิตที่คิดเป็นระบบปฏิบัติเป็นเลิศ ทักษะสูง จิตสะอาดตั้งมั่นว่องไวในการเรียนรู้และการทำงาน ตลอดจนมีอัตลักษณ์ของมหาวิทยาลัยและเป็นที่พึงของสังคม (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, 2561) หรือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก มีแผนพัฒนานักศึกษาที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศด้านการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติ ทั้งกายและใจ (Hand on, Mind on และ Heart on) ด้วยการผลิตกำลังคนด้านสังคมศาสตร์ที่มีคุณภาพตามความต้องการของประเทศ และตรงตามอุตสาหกรรมเป้าหมายของประเทศ (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก, 2564) หรือ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาที่มีนโยบายการจัดการศึกษาด้านวิชาชีพและเทคโนโลยี และผลิตครูวิชาชีพ ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ โดยมุ่งเน้นผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติ ที่มีคุณธรรม จริยธรรม พึ่งพาตนเองได้ และเป็นที่พึ่งทางวิชาการให้กับประเทศ ภูมิภาค และชุมชน ทั้งภาครัฐและเอกชนด้วยอัตลักษณ์ “บัณฑิตนักปฏิบัติมืออาชีพที่ใช้เทคโนโลยีเป็นฐาน” (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา, 2563) เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับการจัดการเรียนการสอนให้ผู้เรียนได้กลายเป็นบัณฑิตในศตวรรษที่ 21 คือ การอ่านออก เขียนได้ คิดเป็น มีการคิดวิเคราะห์ มีความคิดสร้างสรรค์ มีส่วนร่วม เข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีความรู้ทางคอมพิวเตอร์ มีทักษะการเรียนรู้ต่างๆ และปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สอดคล้องกับการเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติ สำหรับการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัตินั้นถือว่าเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและท้าทายมาก ซึ่งต้องอาศัยอาจารย์ผู้สอน คุณสมบัติ ด้านวิชาการ ประสบการณ์ และโครงสร้างหลักสูตร มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมให้การเรียนการสอนเน้นที่

ผู้เรียนเป็นสำคัญ (วิจารณ์ พานิช, 2555: 292, ปารีชาติ บัวเจริญ; นพรัตน์ เตชะพนธ์รัตนกุล; และ ปวันรัตน์ บัวเจริญ, 2562: 241-254)

ทั้งนี้ ในปัจจุบันมีงานวิจัยหลายงานที่พยายามทำการสำรวจความพร้อมและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับมหาวิทยาลัยที่ใช้ในการผลิตบัณฑิต และทำการศึกษาเกี่ยวกับความต้องการในการใช้บัณฑิตของผู้ประกอบการ แต่ยังมีงานวิจัยน้อยชิ้นที่ศึกษาเปรียบเทียบคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติที่เกิดขึ้นจริงกับความคาดหวังของผู้ประกอบการ ดังนั้น เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดดังนี้

ความคาดหวังต่อคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติ

ด้านคุณธรรมและจริยธรรมทางวิชาชีพ ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านทักษะการเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติ และด้านทักษะการเป็นผู้ประกอบการ (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2557; มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2562)

ผลที่เกิดขึ้นจริงของคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติ

ด้านคุณธรรมและจริยธรรมทางวิชาชีพ ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านทักษะการเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติ และด้านทักษะการเป็นผู้ประกอบการ (สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา, 2557; มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2562)

รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ (2559) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตกับคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยธนบุรี โดยใช้การวิเคราะห์ทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความแปรปรวน แบบจำแนกทางเดียว โดยผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตตามคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์ทั้ง 6 ด้านนั้น ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบมีค่าคะแนนสูงสุด รองลงมาคือ ด้านคุณธรรมและจริยธรรม ด้านทักษะทางปัญญา ด้านประสบการณ์ภาคสนาม ด้านทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านความรู้ความสามารถในการคิดวิเคราะห์หลักการ ในขณะที่ เสาวลักษณ์ ศรีโพธิ์ สุนทรียะชาตย์ แลพ อุษณีย์ภรณ์ จันทร์ (2563) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ คุณลักษณะของบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามอัตลักษณ์บัณฑิต วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สุพรรณบุรี โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บัณฑิตมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบัณฑิตที่พึงประสงค์ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติของผู้สำเร็จการศึกษา ในสมรรถนะด้านคุณธรรม จริยธรรม มีคะแนนเฉลี่ยระดับสมรรถนะสูงสุด รองลงมา คือ ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ทักษะการปฏิบัติวิชาชีพ ด้านความรู้ และทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร

และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ส่วนด้านทักษะทางปัญญามีคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุด นอกจากนี้ วิกานดา สง่ามิน (2565) ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของมหาบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ตามมุมมองของผู้ใช้บัณฑิต อาจารย์ และนักศึกษา โดยผลการศึกษาพบว่า บัณฑิตและผู้ใช้บัณฑิตมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของบัณฑิตของหลักสูตรบริหารธุรกิจ

มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านของคุณลักษณะตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิแห่งชาติ พ.ศ. 2552 พบว่า บัณฑิตมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านคุณธรรม จริยธรรม มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และ ด้านความรู้ ในขณะที่ ผู้ใช้บัณฑิตมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านคุณธรรม จริยธรรม มากที่สุด รองลงมา คือ ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านความรู้ และ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรของการศึกษา คือ ผู้ประกอบการที่มีการใช้บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาที่ไม่สามารถนับจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการที่มีการใช้บัณฑิตที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่ง จำนวน 384 คน จากการคำนวณโดยใช้สูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 (Cochran, 1977) และเพื่อเป็นการสำรองข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้ตัดสินใจพิจารณาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จำนวน 400 คน ซึ่งการเลือกกลุ่มตัวอย่างนี้ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงซึ่งเจาะจงเลือกเก็บข้อมูลจากสถานประกอบการที่มีที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ตามสถานที่ตั้งของกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง ได้แก่ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคกลาง (ยกเว้นกรุงเทพมหานครและปริมณฑล) ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันตก ภาคตะวันออก และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามมีทั้งข้อคำถามที่ต้องการคำตอบและมาตราวัดระดับคะแนนความคิดเห็นเกี่ยวกับการเปรียบเทียบคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่เกิดขึ้นจริงกับความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีลักษณะคำถามปลายปิด และปลายเปิด โดยผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องในเนื้อหาสาระและความสอดคล้องจากการทบทวนวรรณกรรมตามกรอบแนวคิดการวิจัยที่ได้กำหนดขึ้น

ผู้วิจัยได้แบ่งเป็น 3 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตตามที่คุณประกอบการคาดหวังและได้รับ ประกอบไปด้วย คุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรมทางวิชาชีพ ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และความรับผิดชอบ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านทักษะการเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติ และด้านทักษะการเป็นผู้ประกอบการ เป็นคำถามชนิดประเมินค่า (Rating Scale) และ ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ซึ่งเป็นคำถามแบบปลายเปิด โดยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC: Index of Item Objective Congruence) ซึ่งมีค่าระหว่าง 0.67 – 1.00 และการหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach, 1951) ซึ่งเท่ากับ 0.994

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บัณฑิตนั้น ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการหาความถี่และร้อยละ ในขณะที่ สำหรับการศึกษาระดับความคาดหวังและผลที่เกิดขึ้นจริงต่อคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัตินั้น ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสำหรับการศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ประกอบการและผลที่เกิดขึ้นจริงเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติ ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธี Modified Priority Needs Index (PNI_{modified}) โดยสูตร PNI_{modified} ค่าเฉลี่ยของสภาพที่ควรจะเป็นลบค่าเฉลี่ยของสภาพที่เป็นจริงและหารด้วยค่าเฉลี่ยของสภาพที่เป็นจริง (สุวิมล ว่องวานิช, 2548) ทั้งนี้เพื่อควบคุมขนาดของความต้อการจำเป็นให้อยู่ในช่วงพิสัยที่ไม่มากเกินไป โดยมีสูตรในการคำนวณ คือ $PNI_{Modified} = (I-D)/D$ เมื่อ PNI หมายถึง ดัชนีลำดับความสำคัญของความต้อการจำเป็น ส่วน I หมายถึง ค่าเฉลี่ยของสภาพที่ควรจะเป็น และ D หมายถึง ค่าเฉลี่ยของสภาพที่เป็นอยู่

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้บัณฑิต

ผู้ใช้บัณฑิตที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง คิดเป็นร้อยละ 51.3 มีอายุ ระหว่าง 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 47.3 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 72.0 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญา คิดเป็นร้อยละ 72.8 มีการทำงานในองค์กรปัจจุบันมาแล้ว 6 -10 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.0 มีการปฏิบัติงานในบริษัทที่มีพื้นที่ตั้งอยู่ที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล คิดเป็นร้อยละ 24.0 ส่วนใหญ่เป็นพนักงานระดับปฏิบัติการ คิดเป็นร้อยละ 58.3

ผลการศึกษาระดับความคาดหวังและผลที่เกิดขึ้นจริงต่อคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติ

ผลการศึกษาเกี่ยวกับระดับระดับความคาดหวังและผลที่เกิดขึ้นจริงด้านคุณธรรม จริยธรรมทางวิชาชีพ พบว่า คุณลักษณะของบัณฑิตทุกข้ออยู่ในปานกลาง และระดับมาก โดยประเด็นด้านความอ่อนน้อม รับผิดชอบต่อความคิดเห็นของผู้อื่นและเพื่อนร่วมงานได้รับความคาดหวังมากที่สุด ในขณะที่ ประเด็นด้านความเป็นผู้นำและผู้ตาม ทำงานเป็นทีมและสามารถแก้ไขข้อขัดแย้งเป็นผลที่เกิดขึ้นจริงมากที่สุด

ด้านความรู้ พบว่า คุณลักษณะของบัณฑิตทุกข้ออยู่ในปานกลาง และระดับมาก โดยประเด็นด้านการมีความรู้ทันต่อความก้าวหน้า/การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่าง ๆ ได้รับความคาดหวังมากที่สุดในขณะที่ ประเด็นด้านการมีความรู้/ทักษะพื้นฐานเพื่อนำไปต่อยอดองค์ความรู้เป็นผลที่เกิดขึ้นจริงมากที่สุด

ด้านทักษะทางปัญญา พบว่า คุณลักษณะของบัณฑิตทุกข้ออยู่ในปานกลาง และระดับมาก โดยประเด็นด้านการมีความสามารถรวบรวม/สรุปประเด็นปัญหาต่างๆ ได้รับความคาดหวังและเป็นผลที่เกิดขึ้นจริงมากที่สุด

ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ พบว่า คุณลักษณะของบัณฑิตทุกข้ออยู่ในปานกลาง และระดับมาก โดยประเด็นด้านความรับผิดชอบต่อภาระหน้าที่ของตนเอง/งานในกลุ่มที่ได้รับมอบหมายได้รับความคาดหวังมากที่สุด ในขณะที่ ประเด็นด้านความสามารถใช้ความรู้ในศาสตร์ชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสมเป็นผลที่เกิดขึ้นจริงมากที่สุด

ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศพบว่า คุณลักษณะของบัณฑิตทุกข้ออยู่ในปานกลาง และระดับมาก โดยประเด็นด้านการมีความสามารถแนะนำประเด็นในการแก้ไขปัญหาโดยใช้สารสนเทศได้อย่างสร้างสรรค์ได้รับความคาดหวังและเป็นผลที่เกิดขึ้นจริงมากที่สุด

ด้านทักษะการเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติ พบว่า คุณลักษณะของบัณฑิตทุกข้ออยู่ในปานกลาง และระดับมาก โดยประเด็นด้านการมีการพัฒนาปรับปรุงตนเองอยู่เสมอได้รับความคาดหวังมากที่สุดในขณะที่ ประเด็นด้านการมีการใช้วิชาชีพที่ได้รับในการสร้างคุณประโยชน์ต่อตนเองและส่วนรวมเป็นผลที่เกิดขึ้นจริงมากที่สุด

ด้านทักษะการเป็นผู้ประกอบการพบว่า คุณลักษณะของบัณฑิตทุกข้ออยู่ในปานกลาง และระดับมาก โดยประเด็นด้านการมีความเป็นผู้นำ และกล้าตัดสินใจได้รับความคาดหวังมากที่สุด ในขณะที่ ประเด็นด้านการมีความรู้ด้านการบริหารและการจัดการธุรกิจผลที่เกิดขึ้นจริงมากที่สุด

ผลการเปรียบเทียบคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติที่เกิดขึ้นจริงกับความคาดหวังของผู้ประกอบการ

ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ประกอบการและผลที่เกิดขึ้นจริงด้านคุณธรรม จริยธรรมทางวิชาชีพ พบว่า ข้อที่มีความคาดหวังมากที่สุดแต่รับรู้ได้น้อยที่สุดคือ ความอ่อนน้อม รับผิดชอบต่อ

ความคิดเห็นของผู้อื่นและเพื่อนร่วมงาน รองลงมาคือ มีจรรยาบรรณทางวิชาการและวิชาชีพ ในขณะที่ ข้อที่มีความคาดหวังน้อยที่สุดแต่รับรู้ได้มากที่สุดคือ ความเสียสละ ซื่อสัตย์สุจริต

ด้านความรู้ พบว่า ข้อที่มีความคาดหวังมากที่สุดแต่รับรู้ได้น้อยที่สุดคือ มีความรู้/ทักษะพื้นฐาน เพื่อนำไปต่อยอดองค์ความรู้ มีความรู้ทันต่อความก้าวหน้า/การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่าง ๆ และสามารถนำความรู้ไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับการเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติ ในขณะที่ ข้อที่มีความคาดหวังน้อยที่สุดแต่รับรู้ได้มากที่สุดคือ มีความรู้/ทักษะเป็นไปตามวิชาชีพ และมีความรู้/ทักษะขั้นพื้นฐานที่สามารถนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม

ด้านทักษะทางปัญญา พบว่า ข้อที่มีความคาดหวังมากที่สุดแต่รับรู้ได้น้อยที่สุดคือ มีความสามารถประยุกต์ความรู้กับทักษะเพื่อการแก้ปัญหาทางด้าน IT ได้ รองลงมาคือ มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ ในขณะที่ ข้อที่มีความคาดหวังน้อยที่สุดแต่รับรู้ได้มากที่สุด คือ มีความสามารถสืบค้นข้อมูลสารสนเทศเพื่อใช้ในการแก้ปัญหา

ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ พบว่า ข้อที่มีความคาดหวังมากที่สุดแต่รับรู้ได้น้อยที่สุดคือ ความรับผิดชอบต่อภาระกระทำของตนเอง/งานในกลุ่มที่ได้รับมอบหมาย รองลงมาคือ มีความคิดริเริ่มพร้อมแสดงจุดยืนของตนเอง/ของกลุ่มในการแก้ไขสถานการณ์อย่างเหมาะสม ในขณะที่ ข้อที่มีความคาดหวังน้อยที่สุดแต่รับรู้ได้มากที่สุดคือ ความสามารถในการปรับตัวทำงานร่วมกับผู้อื่น

ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า ข้อที่มีความคาดหวังมากที่สุดแต่รับรู้ได้น้อยที่สุดคือ มีความสามารถในการสื่อสารทั้งปากเปล่า/การเขียน โดยใช้รูปแบบของสื่อนำเสนอได้อย่างเหมาะสม รองลงมาคือ มีความสามารถสื่อสารสนเทศและเทคโนโลยีสื่อสารอย่างเหมาะสม ในขณะที่ ข้อที่มีความคาดหวังน้อยที่สุดแต่รับรู้ได้มากที่สุดคือ มีความสามารถในการใช้เครื่องมือที่จำเป็นต่อการทำงานที่เกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และ มีความสามารถแนะนำประเด็นในการแก้ไขปัญหาโดยใช้สารสนเทศได้อย่างสร้างสรรค์

ด้านทักษะการเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติ พบว่า ข้อที่มีความคาดหวังมากที่สุดแต่รับรู้ได้น้อยที่สุดคือ มีทักษะส่งเสริมความเป็นผู้คิดสร้างสรรค์นวัตกรรม และมีความเป็นมืออาชีพ ชยัน อดทน ทำงานเป็นทีม รับผิดชอบต่อในงานที่ได้รับมอบหมาย รองลงมาคือ มีการพัฒนาปรับปรุงตนเองอยู่เสมอ ในขณะที่ ข้อที่มีความคาดหวังน้อยที่สุดแต่รับรู้ได้มากที่สุดคือ มีการปฏิบัติงานตามหลักวิชาการที่ดี

ด้านทักษะการเป็นผู้ประกอบการ พบว่า ข้อที่มีความคาดหวังมากที่สุดแต่รับรู้ได้น้อยที่สุดคือ ความเป็นผู้นำ และกล้าตัดสินใจ รองลงมาคือ มีเป้าหมายที่ชัดเจนและมีความมุ่งมั่น ในขณะที่ ข้อที่มีความคาดหวังน้อยที่สุดแต่รับรู้ได้มากที่สุดคือ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ที่จะทำสิ่งใหม่ ๆ

บทสรุป

ผลการศึกษารูปว่า ความคาดหวังของผู้ใช้บัณฑิตเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติทุกด้าน ได้แก่ คุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรมทางวิชาชีพ ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านทักษะการเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติ และด้านทักษะการเป็นผู้ประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง ในขณะที่ ผลที่เกิดขึ้นจริงเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติในมุมมองของผู้ใช้บัณฑิตทุกด้านอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ใช้บัณฑิตและผลที่เกิดขึ้นจริงเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติด้วยวิธี PNI_{Modified} พบว่า คุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรมทางวิชาชีพ ด้านความรู้ ด้านทักษะทางปัญญา ด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านทักษะการเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติ และด้านทักษะการเป็นผู้ประกอบการ มีค่า PNI ติดลบ ซึ่งหมายความว่า ผลที่เกิดขึ้นจริงเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติมีค่ามากกว่าความคาดหวังของผู้ใช้บัณฑิต ทั้งนี้เนื่องจากภาพลักษณ์ของกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลยังคงเป็นรองจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ อยู่มากซึ่งสามารถสังเกตจากการจัดอันดับมหาวิทยาลัยในประเทศที่พบว่า กลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลยังเป็นรองจากมหาวิทยาลัยอื่นๆ ซึ่งอาจจะส่งผลทำให้ผู้ใช้บัณฑิตมีความคาดหวังกับบัณฑิตนักปฏิบัติของกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลยังคงอยู่ในระดับที่ไม่มาก และเมื่อมีการได้ใช้บัณฑิตจากกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแล้วจึงเกิดความพึงพอใจและความประทับใจซึ่งผลให้ผลที่เกิดขึ้นจริงนั้นอยู่ในระดับที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พิมพ์แพร ศรีสวัสดิ์ (2563) ที่พบว่า การจัดอันดับมหาวิทยาลัยระดับนานาชาติและกลยุทธ์การปรับตัวของมหาวิทยาลัยไทยซึ่งสามารถส่งผลกระทบต่อการรับรู้ผู้ประกอบการต่างๆ ในอุตสาหกรรมต่าง และยังสอดคล้องกับ การศึกษาของ ธนพัฒน์ อินทวิ (2565) ที่พบว่า การเป็นสถาบันที่มีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับของสังคมส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเลือกสถาบันศึกษาเพื่อเรียนต่อในระดับอุดมศึกษา

นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ใช้บัณฑิตและผลที่เกิดขึ้นจริงเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติด้วยวิธี PNI_{Modified} พบว่า คุณลักษณะด้านคุณธรรม จริยธรรมทางวิชาชีพ เกี่ยวกับประเด็นความอ่อนน้อม รับผิดชอบต่อผู้อื่นและเพื่อนร่วมงาน คุณลักษณะด้านความรู้ เกี่ยวกับประเด็นการมีความรู้/ทักษะพื้นฐานเพื่อนำไปต่อยอดองค์ความรู้ มีความรู้ทันต่อความก้าวหน้า/การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่าง ๆ และสามารถนำความรู้ไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับการเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติ คุณลักษณะด้านทักษะทางปัญญา เกี่ยวกับประเด็นการมีความสามารถประยุกต์ความรู้กับทักษะเพื่อการแก้ปัญหาทางด้าน IT ได้ คุณลักษณะด้านทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ เกี่ยวกับประเด็นความรับผิดชอบต่อภาระของตนเอง/งานในกลุ่มที่ได้รับมอบหมาย คุณลักษณะด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เกี่ยวกับประเด็นการมีความสามารถในการสื่อสารทั้งปากเปล่า/การเขียน โดยให้รูปแบบของสื่อนำเสนอได้อย่างเหมาะสม

คุณลักษณะด้านทักษะการเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติ เกี่ยวกับประเด็นการมีทักษะส่งเสริมความเป็นผู้คิดสร้างสรรค์นวัตกรรม และมีความเป็นมืออาชีพ ชยัน อดทน ทำงานเป็นทีม รับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย และคุณลักษณะด้านทักษะการเป็นผู้ประกอบการเกี่ยวกับประเด็นความเป็นผู้นำ และกล้าตัดสินใจ เป็นประเด็นที่จะต้องได้รับการพัฒนาและปรับปรุงเนื่องจากเป็นประเด็นที่ผู้ใช้บัณฑิตมีความคาดหวังมากที่สุดแต่ผลที่เกิดขึ้นจริงมีค่าน้อยที่สุด ซึ่งการการพัฒนาและปรับปรุงในประเด็นดังกล่าวนี้จะสามารถช่วยเพิ่มความพึงพอใจต่อการใช้บัณฑิตจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลของผู้ใช้บัณฑิตได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ (2559) เสาวลักษณ์ ศรีโพธิ์ สุนทรี ชะชาตย์ แลพ อุษณียาภรณ์ จันทร์ (2563) และวิกานดา สง่ามิน (2565) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ และพบว่า คุณธรรม จริยธรรม ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ ทักษะทางปัญญา ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ และ ความรู้ ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บัณฑิต และยังสอดคล้องกับ วิจารย์ พานิช (2555) ปาริชาติ บัวเจริญ นพรัตน์ เตชะพนธ์รัตน์กุล และ ปวันรัตน์ บัวเจริญ (2562) ที่กล่าวว่า บัณฑิตในศตวรรษที่ 21 จะต้องสามารถอ่านออก เขียนได้ คิดเป็น มีการคิดวิเคราะห์ มีความคิดสร้างสรรค์ มีส่วนร่วม เข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน มีความรู้ทางคอมพิวเตอร์ มีทักษะการเรียนรู้ต่างๆ และปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงซึ่งเป็นคุณสมบัติที่สอดคล้องกับการเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติ สำหรับการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัตินั้นถือว่าเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและท้าทายมาก ซึ่งต้องอาศัยอาจารย์ผู้สอน คุณสมบัติ ด้านวิชาการ ประสบการณ์ และโครงสร้างหลักสูตร มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และส่งเสริมให้การเรียนการสอนเน้นที่ผู้เรียนเป็นสำคัญ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษานั้น กลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลควรเร่งเพิ่มคุณลักษณะคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติเกี่ยวกับประเด็นที่ 1) ความอ่อนน้อม รับผิดชอบต่อผู้อื่นและเพื่อนร่วมงาน ประเด็นที่ 2) การมีความรู้/ทักษะพื้นฐานเพื่อนำไปต่อยอดองค์ความรู้ มีความรู้ทันต่อความก้าวหน้า/การเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ต่าง ๆ และสามารถนำความรู้ไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับการเป็นบัณฑิตนักปฏิบัติ ประเด็นที่ 3) การมีความสามารถประยุกต์ความรู้กับทักษะเพื่อการแก้ปัญหาทางด้าน IT ได้ ประเด็นที่ 4) ความรับผิดชอบต่อภาระหน้าที่ของตนเอง/งานในกลุ่มที่ได้รับมอบหมาย ประเด็นที่ 5) การมีความสามารถในการสื่อสารทั้งปากเปล่า/การเขียน โดยใช้รูปแบบของสื่อนำเสนอได้อย่างเหมาะสม ประเด็นที่ 6) การมีทักษะส่งเสริมความเป็นผู้คิดสร้างสรรค์นวัตกรรม และมีความเป็นมืออาชีพ ชยัน อดทน ทำงานเป็นทีม รับผิดชอบในงานที่ได้รับมอบหมาย และ ประเด็นที่ 7) ความเป็นผู้นำ และกล้าตัดสินใจ เพื่อที่จะเพิ่มความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตนักปฏิบัติจากกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยในอนาคตนั้น จากการอภิปรายผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า การสร้างการรับรู้ให้กับผู้ใช้บัณฑิตนักปฏิบัติจากกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลยังคงมีข้อจำกัดซึ่งส่งผลให้ความคาดหวังของผู้ใช้บัณฑิตเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้น งานวิจัยใน

อนาคตควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลเพื่อให้ผู้ใช้บัณฑิตนักปฏิบัติจากกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลยังมีมากขึ้น ทั้งนี้ การรับรู้ที่มากขึ้นจะส่งผลต่อความต้องการเรียกใช้บัณฑิตจากกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล และบัณฑิตจากกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลก็จะมีอัตราการว่างงานลดน้อยลง นอกจากนี้ จาก การอภิปรายผลการศึกษาในครั้งนี้ พบว่า ผลที่เกิดขึ้นจริงเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติใน มุมมองของผู้ใช้บัณฑิตจากกลุ่มมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอยู่ในระดับมาก ซึ่งยังสามารถพัฒนาให้ อยู่ในระดับที่สูงขึ้นได้ ดังนั้น ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตควรศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่สามารถส่งเสริมให้ คุณลักษณะของบัณฑิตนักปฏิบัติมีเพิ่มมากขึ้น สุดท้ายนี้ การศึกษาในครั้งนี้มีการใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ และทำการเปรียบเทียบด้วยวิธีการ PNI Modified ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตผู้วิจัยการลองใช้สถิติเชิงอนุมาน ในการเปรียบเทียบความคาดหวังของผู้ใช้บัณฑิตและผลที่เกิดขึ้นจริงเกี่ยวกับคุณลักษณะของบัณฑิตนัก ปฏิบัติ ตลอดจนถึงลองใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงคุณภาพเข้ามาร่วมด้วย

เอกสารอ้างอิง

- จุมพจน์ วณิชกุล วชิรี ชูชาติ และสาโรจน์ เผ่าวงศากุล. (2560). การบริหารการศึกษาเพื่อการพัฒนา การศึกษาเปรียบเทียบในประชาคมอาเซียน. *วารสารสารสนเทศ*, 16(2), 13-30.
- ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์. (2559). การเปรียบเทียบความพึงพอใจในการใช้บัณฑิตกับคุณลักษณะบัณฑิตที่ พึ่งประสงค์สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยธนบุรี. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 10(22), 9-20.
- ธนพัฒน์ อินทวิ. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกสถาบันศึกษาเพื่อเรียนต่อใน ระดับอุดมศึกษา. *วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย*, 5(1), 1-14.
- ปาริชาติ บัวเจริญ; นพรัตน์ เตชะพนธ์รัตนกุล; และปวันรัตน์ บัวเจริญ. (2562). การศึกษาปัจจัยที่มีส่งผล ต่อความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย เทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เชียงใหม่. *วารสารศึกษาศาสตร์ มมร*. 7(1): 241-254.
- พิมพ์แพร ศรีสวัสดิ์. (2563). การจัดอันดับมหาวิทยาลัยระดับนานาชาติและกลยุทธ์การปรับตัวของ มหาวิทยาลัยไทย. *วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร*, 15(3), 1-12.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก. (2564). *วิสัยทัศน์และพันธกิจ* เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://www.rmutto.ac.th/index.php?menu=vision>
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2562). *ปรัชญา ปณิธาน เอกลักษณ์ อัตลักษณ์ วิสัยทัศน์ พันธ กิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ มทร.ธัญบุรี*. เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2562 จาก <https://www.rmutt.ac.th/philosophy/>

- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. (2561). *วิสัยทัศน์ และพันธกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร*. เข้าถึงเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2562 จาก <https://www.rmutp.ac.th>.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา. (2563). *วิสัยทัศน์ / พันธกิจ / เป้าหมาย*. เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 พฤศจิกายน 2564 จาก <https://www.rmutl.ac.th/page/vision>
- ฤทธิพล ไชยบุรี. (2562). พัฒนาทุนมนุษย์ในยุคไทยแลนด์ 4.0. *วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง*, 8(1), 221-236.
- วรวิมล เพ็งพันธ์ (2561). การศึกษาไทย 4.0 กับการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก. *วารสารศึกษาศาสตร์*, 29(3), 1-13.
- วิกานดา สง่ามิน. (2565). คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของมหาบัณฑิตหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ตามมุมมองของผู้ใช้บัณฑิต อาจารย์ และนักศึกษา. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี*, 12(1), 85 – 93.
- วิจารณ์ พานิช. (2555). *วิธีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์ สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. (2557). *คู่มือการประกันคุณภาพการศึกษาภายในระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2557* เข้าถึงเมื่อวันที่ 21 มกราคม 2563 จาก <https://qm.kku.ac.th/downloads/hbMUA57ed3.pdf>
- สุวิมล ว่องวานิช. (2548). *การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น*. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสาวลักษณ์ ศรีโพธิ์ สุนทรี ชะชาตย์ แลพ อุษณีย์ภรณ์ จันทร์. (2563). คุณลักษณะของบัณฑิตตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ตามอัตลักษณ์บัณฑิต วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี สุพรรณบุรี. *วารสารวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนีสุพรรณบุรี*, 3(1), 61-80.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. John Wiley & Sons.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 16(3), 297-334.
- Kotásková, S. K., Procházka, P., Smutka, L., Maitah, M., Kuzmenko, E., Kopecká, M., & Hönig, V. (2018). The impact of education on economic growth: The case of India. *Acta Universitatis Agriculturae Et Silviculturae Mendelianae Brunensis*, 66(1): 253-261.
- Mariana, D. R. (2015). Education as a determinant of the economic growth. The case of Romania. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 197, 404-412.

- Nowak, A. Z., & Dahal, G. (2016). The contribution of education to economic growth: Evidence from Nepal. *International Journal of Economic Sciences*, 5(2), 22-41.
- Romer, D. (2011). *Advanced Macroeconomics* (4th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Todaro, M. & Smith, S. (2011). *Economic Development*. (11th ed.). Addison Wesley.

การเปิดรับทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมในการชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก

by กรุณา บัวคำศรี ของผู้หญิงกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย

EXPOSURE, ATTITUDES, AND BEHAVIORAL TRENDS OF VIEWERS OF THE PROGRAM A

HUNDRED STORIES AROUND THE WORLD ON THE YOUTUBE CHANNEL AROUND

THE WORLD BY KARUNA BUAKAMSRI OF MILLENNIAL WOMEN

นางสาวชญาณิษฐ์ สิตโท¹

CHAYANIT SITTHO¹

¹คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

FACULTY OF JOURNALISM AND MASS COMMUNICATION THAMMASAT UNIVERSITY

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยทำการศึกษาเรื่อง การเปิดรับทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก ทางช่องยูทูปร้อยเรื่องรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี ของผู้หญิงกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 คน เป็นผู้หญิงกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่ที่เคยมีประสบการณ์รับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการเปิดรับชมทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมรายการ 2) ศึกษาความแตกต่างลักษณะทางประชากรกับการเปิดรับชมรายการ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมกับทัศนคติที่มีผลต่อการรับชมรายการ และ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมของประชากรกลุ่มตัวอย่าง ผลการวิจัยพบว่า การศึกษา การเปิดรับทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมในการชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก ทางช่องยูทูปร้อยเรื่องรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี ของผู้หญิงกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย กลุ่มตัวอย่างผู้หญิงกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย โดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมประเภทหัวข้อรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก อยู่ในระดับมาก การเปิดรับชมขึ้นอยู่กับความสนใจและส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกมีต่อรายการ ลักษณะความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลด้านประชากรศาสตร์ พบว่า สมมุติฐานผู้รับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก ด้านความต่างทางประชากรมีการเปิดรับชมรายการร้อยเรื่องรอบโลกแตกต่างกัน ในส่วนของมีทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมการรับชมรายการพบที่มีความสอดคล้องกับสมมุติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การเปิดรับชม, ทัศนคติ, แนวโน้มพฤติกรรม, เจนเอเรชั่นวาย

Abstract

This research is quantitative research acceptance of attitude and behavioral tendencies of viewers in Hundreds of stories around the world on YouTube channels around the world by Karuna Buakamsri of women of Generation Y. It is exploratory research. Collect data from a sample of 300 people, a group of women of Generation Y who have experience watching the program. Hundreds of stories around the world the objectives were to 1) study the viewing exposure, attitude and behavioral tendency of program viewers 2) study the differences in demographic characteristics and program viewing exposure 3) study the relationship between viewing and attitude affecting program viewers watching programs and 4) studying the relationship between attitudes and behavioral trends of viewers of the sample population and behavioral trends in watching the program Hundreds of stories around the world on YouTube channels around the world by Karuna Buakamsri of women of Generation Y. A sample group of women in the Generation Y group Overall, the sample group was open to viewing the program topic type. Hundreds of stories around the world at a high-level viewership is based on interest and most of them have a positive attitude towards the program. The characteristics of differences in demographic personal factors revealed that the hypothesis of program viewers in Hundreds of stories around the world Different demographics have different exposures to hundreds of programs around the world. In terms of the attitudes and behavioral tendencies of watching programs, it was found that they were consistent with the hypothesis at a statistically significant at the level 0.05

Keywords: Exposure, Attitudes, Behavioral Trends, Generation Y

บทนำ

ในปัจจุบันพฤติกรรมของผู้รับชมโทรทัศน์กำลังเปลี่ยนแปลงไป สืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและเทคโนโลยี และการก้าวเข้าสู่โลกออนไลน์มากยิ่งขึ้น ทำให้มีการพัฒนาช่องทางการสื่อสารใหม่เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้รับชมในยุคสมัยโลกออนไลน์ จากข้อมูลสถิติของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตในประเทศไทยมีอัตราส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตต่อประชากรทั้งหมดอยู่ที่ร้อยละ 77.89 คิดอันดับที่ 34 ของโลก แต่ผู้บริโภคใช้เวลาในการเล่นอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยสูงถึง 9 ชั่วโมง 06 นาทีต่อวัน คิดอันดับที่ 7 ของโลกพบว่าคนไทยดูวิดีโอออนไลน์ทุกวันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมา คือ ดูวิดีโอออนไลน์ทุกสัปดาห์คิดเป็นร้อยละ 27 และดูวิดีโอออนไลน์ทุกเดือน คิดเป็นร้อยละ 9 และอีกหนึ่งข้อมูลที่

น่าสนใจ คือ การดูออนไลน์ผ่านอุปกรณ์ต่างๆ เช่น สมาร์ทโฟน, แท็บเล็ต คิดเป็นร้อยละ 40 ของคนไทย (สาวิตรีพรหมสิทธิ์, 2558) ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสื่อสารทำให้การพัฒนาแอปพลิเคชันในประเทศไทย สื่อออนไลน์ต่าง ๆ ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่ผู้ใช้สื่อออนไลน์ชาวไทยที่มีจำนวนผู้ใช้บริการสื่อออนไลน์ทั้งหมดกว่า 50 ล้านคน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) เป็นที่ทราบว่าการช่องทางแต่ละช่องทางนั้นเข้าถึงได้อย่างไร จึงมีการเลือกเปิดรับและมีปฏิสัมพันธ์ได้อย่างเหมาะสม (ฉายสิริ พัฒนถาวร และคณะ, 2565) การเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสของโลกโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านเทคโนโลยีที่มีส่วนเข้ามาเปลี่ยนแปลงช่องทางในการรับข่าวสาร และบทบาทต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนเป็นอย่างมาก การเข้ามามีบทบาทของ ยูทูบ หรือ ยูทูบ ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการวิดีโอแชร์ (Video Sharing) แลกเปลี่ยนภาพวิดีโอที่มีชื่อเสียง เนื่องจากความเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ต และลักษณะการให้บริการของยูทูบทำให้เกิดพฤติกรรมของผู้รับสารเปลี่ยนไปเพราะผู้รับสารสามารถเปลี่ยนตัวเองไปเป็นผู้ส่งสาร (sender) หรือแหล่งสาร (source) เองได้และยังสามารถเลือกรับเฉพาะสารที่ตนเองสนใจได้ กล่าวคือ ยูทูบ นั้นสามารถให้ผู้ใช้สามารถผลิตและเผยแพร่เนื้อหา (content) ของตัวเองไปยังผู้ชม (audience) การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการรับชมและติดตามช่องรายการในยูทูบของกลุ่มเจนเนอเรชันวาย (กัญฉกาจ ตระการบุญชัย, 2562) ได้สรุปผลการศึกษาโดย พบว่า กลุ่มเจนเนอเรชันวายความต้องการในการรับรู้ข่าวสารมากขึ้นเพื่อให้ทันต่อเหตุการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและมีความต้องการในการตอบสนองทางด้านความรู้มากขึ้นนอกเหนือจากความบันเทิงจึงหันมารับชมสารคดีผ่านช่องทางยูทูบมากยิ่งขึ้น ภายหลังได้เปลี่ยนแปลงสื่อมาเป็นารับข่าวสารผ่านช่องทางสื่อใหม่สื่อทางดิจิทัล ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ ยูทูบ ไลน์ อินสตาแกรม เว็บไซต์ ซึ่งเข้ามาเปลี่ยนแปลงทัศนคติ พฤติกรรม แนวโน้มและความพึงพอใจของผู้รับชมเป็นอย่างมาก เพราะผู้รับสารสามารถเปลี่ยนตัวเองไปเป็นผู้ส่งสาร หรือแหล่งสารเองได้ อีกทั้งยังสามารถเลือกรับเฉพาะสารที่ตนเองสนใจได้ สามารถให้ผู้ใช้สามารถผลิตสื่อและเผยแพร่สื่อที่เป็นเนื้อหาของตนเองได้

รายการร้อยเรื่องรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี เป็นรายการที่จัดอยู่ในประเภทรายการสารคดีเชิงข่าว การนำเสนอข่าวในรูปแบบสารคดี คือ เล่าเรื่องในรูปแบบวรรณศิลป์ ถ่ายทอดเรื่องที่เขียนขึ้นจากเค้าความจริงการดำเนินรายการเป็นรายการที่เกิดจากการบูรณาการระหว่างรายการประเภทสารคดีและรายการประเภทข่าวการทำงานแบบข่าวในรายการประเภทนี้จำเป็นต้องใช้กระบวนการสื่อข่าวเพื่อหาข้อเท็จจริงของเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างรอบด้านและใช้เทคนิคของสารคดีในการเล่าเรื่องผ่านการสื่อความหมายด้วยภาพและเสียงที่สวยงาม การนำเสนอข่าวในรูปแบบสารคดี ของกรุณา บัวคำศรี ถ่ายทอดเรื่องที่จากเค้าความจริง ไม่ใช่จากจินตนาการ โดยสามารถหยิบยกส่วนใดส่วนหนึ่งของเรื่องมาครอบงำประกอบที่เป็นหัวใจสำคัญ สามารถดึงดูดให้รับชมติดตามจนจบเรื่อง ผ่านการนำเสนออย่างสร้างสรรค์ โดยนำข้อเท็จจริงข้อมูลที่เข้าใจยาก ทำให้มีชีวิตชีวา ความสนุกสนาน มีลีลาการเล่นในการนำเสนอ โดยสามารถใช้รูปธรรมอธิบายนามธรรมได้เป็นที่ประจักษ์ผ่านการดำเนินรายการ โดยวิธีการการนำเสนอ

รายการร้อยเรื่องรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี ได้ดำเนินรายการเผยแพร่ผ่านทางยูทูบ บนนิยามที่ผู้ดำเนินรายการได้กล่าวไว้ว่า

“ช่องที่จะพาคุณไปทำความเข้าใจสถานการณ์ที่เกิดขึ้นรอบโลก ลงลึกกับการเมืองต่างประเทศ และสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนในหลายวัฒนธรรม”

การนำเสนอรายการร้อยเรื่องรอบโลกผ่านทางช่องยูทูบทำให้การเข้าถึงและการบอกต่อเรื่องราวของรายการเกิดขึ้น สามารถเข้าถึงได้ในทุกกลุ่มเจเนอเรชั่น ทำให้การเปิดรับชมรายการด้านทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมในการชมรายการ นำไปสู่สมมุติฐานที่ผู้วิจัยต้องการทราบ และศึกษาเพื่อได้ทราบถึงความสัมพันธ์จากปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ที่สามารถส่งผลต่อการรับชมรายการสารคดีเชิงข่าวของผู้หญิงกลุ่มเจเนอเรชั่นวายที่ดำเนินรายการผ่านทางช่องยูทูบชื่อรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี

จากการศึกษานี้ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น จึงได้มุ่งเน้นเพื่อศึกษา 1) ลักษณะทางประชากรของผู้หญิงเจเนอเรชั่นวายกับการเปิดรับการรับชมรายการ 2) ความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากร 3) ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับการรับชมและทัศนคติการรับชมรายการ 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมเจเนอเรชั่นวาย ร้อยเรื่องทันโลก เพื่อทราบแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมรายการ ร้อยเรื่องของโลก จากช่องยูทูบ ร้อยเรื่องรอบโลก โดย กรุณา บัวคำศรี สำหรับผู้หญิงเจเนอเรชั่นวาย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากร การเปิดรับชม ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมกลุ่มเจเนอเรชั่นวายรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างระหว่างลักษณะทางประชากรของผู้หญิงของผู้ชมกลุ่มเจเนอเรชั่นวายรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดรับชมกับทัศนคติที่มีผลต่อการรับชมของผู้ชมกลุ่มเจเนอเรชั่นวายรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมกลุ่มเจเนอเรชั่นวายรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก

นิยามศัพท์

ลักษณะทางประชากร หมายถึง อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของผู้หญิงกลุ่มมิลเลเนียลที่รับชม รายการ ร้อยเรื่องรอบโลก ทางช่องยูทูบร้อยเรื่องรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี

กลุ่มเจเนอเรชั่นวาย หมายถึง กลุ่มคนที่มีอายุ 26-42 ปี ที่เกิดระหว่างปี 2523-2539 มีลักษณะและพฤติกรรมเฉพาะตัวกล้าแสดงออก ชอบความท้าทาย มีความมั่นใจในตัวเองสูง ชอบความสะดวก รวดเร็ว

ทันสมัยมีความสนใจในเรื่องของเทคโนโลยี ถือว่าเติบโตในช่วงที่เศรษฐกิจกำลังเฟื่องฟูเป็นอย่างมาก และจัดอยู่ในสังคมเทคโนโลยีกลุ่มแรก

รายการ ร้อยเรื่องรอบโลก หมายถึง รายการที่มีรูปแบบรายการสาระบันเทิง (Edutainment) รูปแบบรายการสารคดี (Documentary program) สารคดีข่าว (News Documentary) ออกอากาศทางช่องทางยูทูป การเปิดรับชม หมายถึง ความถี่ของการรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก ทางช่องยูทูปร้อยเรื่องรอบโลก by กรรณา บัวคำศรี

สมมติฐานที่ใช้ในการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีผลต่อการการเลือกเปิดรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลกต่างกัน
2. ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อความสัมพันธ์กับการเลือกรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลกต่างกัน
3. ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกับการเลือกรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

- 1) การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology)
- 2) วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)
- 3) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ Google Form
- 4) วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยการเลือกตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 300 ชุด จากกลุ่มของผู้หญิงกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยก่อนทำการตอบคำถาม ผู้วิจัยได้สร้างคำถามคัดกรอง เพื่อคัดกรองกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้หญิงกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร อายุ 26-42 ปี ที่มีประสบการณ์รับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก ทางช่องยูทูปร้อยเรื่องรอบโลก by กรรณา บัวคำศรี เท่านั้น ซึ่งเครื่องมือแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากร คือ อายุ, ระดับการศึกษา, อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- ส่วนที่ 2 การเปิดรับชมรายการ คือ อุปกรณ์ที่ใช้เปิดรับชม, ความถี่ในการเปิดรับ และระยะเวลาในการติดตามรับชมรายการ
- ส่วนที่ 3 ทัศนคติของผู้ชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก
- ส่วนที่ 4 แนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก

การทดสอบเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามฉบับนี้ โดยผู้วิจัยทำการตรวจสอบหาความเที่ยงตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถามก่อนนำเสนออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญเพื่อทำการตรวจสอบ นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (Try-out) จำนวน 30 ชุด ซึ่งผู้วิจัยเลือกคำนวณเฉพาะส่วนของแบบสอบถามที่สามารถนำมาตีค่าเป็นคะแนนได้ (Rating Scale) โดยใช้โปรแกรม SPSS ซึ่งได้ผลการทดสอบ ดังนี้

ค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามด้านการเปิดรับเท่ากับ 0.729

ค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามด้านทัศนคติเท่ากับ 0.942

ค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามด้านแนวโน้มพฤติกรรมเท่ากับ 0.905

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรของกลุ่มตัวอย่าง การเปิดรับทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร อิสระและตัวแปรตามรายละเอียดดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานทางสถิติ	สถิติที่ใช้ในการทดสอบ
สมมติฐานที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกัน จะมีการเปิดรับชม รายการ ร้อยเรื่องรอบโลก แตกต่างกัน	
1.1 อายุที่ต่างกัน จะมีการเปิดรับชม รายการ ร้อยเรื่องรอบโลก แตกต่างกัน	One-way ANOVA
1.2 ระดับการศึกษาที่ต่างกัน จะมีการเปิดรับชม รายการ ร้อยเรื่องรอบโลก แตกต่างกัน	One-way ANOVA
1.3 อาชีพที่ต่างกัน จะมีการเปิดรับชม รายการ ร้อยเรื่องรอบโลก แตกต่างกัน	One-way ANOVA
1.4 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน จะมีการเปิดรับชม รายการ ร้อยเรื่องรอบโลก แตกต่างกัน	One-way ANOVA
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อ การเลือกรับชมรายการร้อยเรื่องรอบโลกต่างกัน	Pearson's Correlation
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีต่อ แนวโน้มพฤติกรรมกับการเลือกรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลกต่างกัน	Pearson's Correlation

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) โดยรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ Survey Research Design เป็นการดำเนินการเก็บข้อมูลที่ต้องการศึกษาประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้หญิงกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่มีอายุ 26-42 ปี ที่เกิดระหว่างปี 2523-2539 ที่เคยเปิดรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก โดยจากการค้นหา ข้อมูลจากช่องยูทูป ชื่อช่อง รอบโลก by กรุณา บัวคำศรี มีจำนวนผู้ติดตามเป็นจำนวน 583,000 ในเดือน มิถุนายน ปี 2565 โดยคำนวณจากสูตร Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นประมาณ 95 % ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ 0.05

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

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

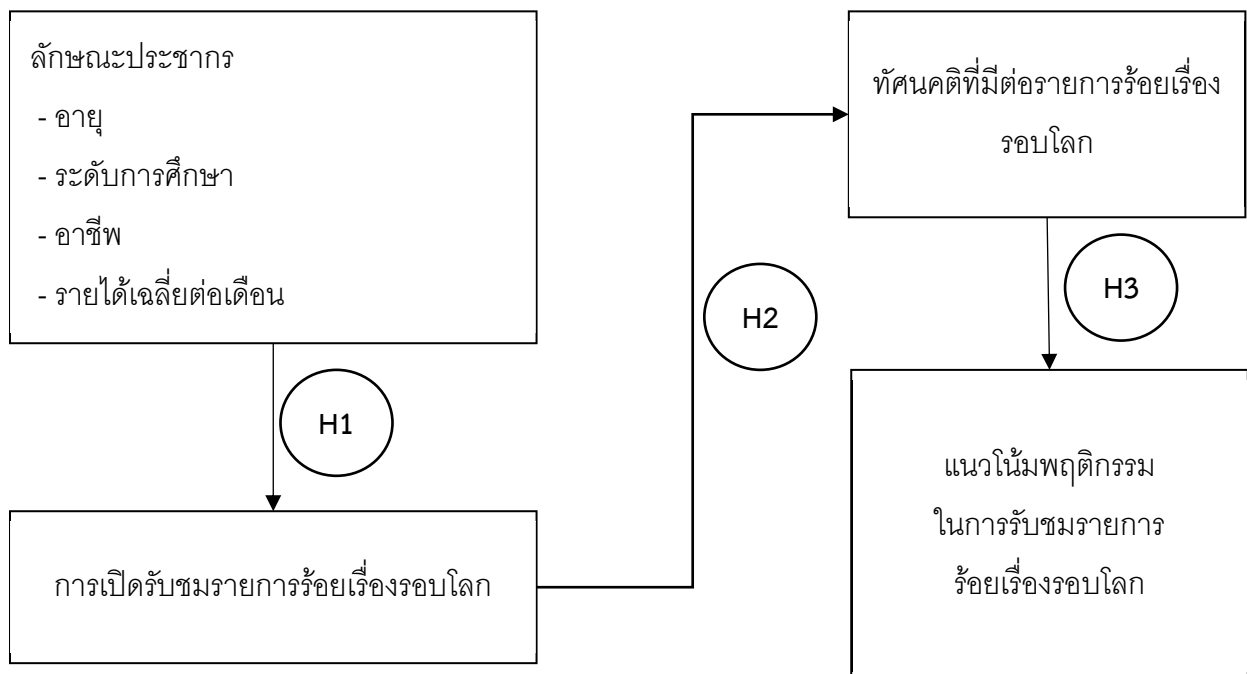
N = จำนวนประชากร

e = ระดับของความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ = 5% หรือ 0.05

การทำวิจัยครั้งนี้ n เท่ากับ 297.92 ราย หรือได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 298 คน ผู้วิจัยจึงได้เลือกเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาผู้วิจัยจึงสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยที่สอดคล้องตามวัตถุประสงค์การวิจัย โดยสามารถสรุปได้ดังรูปที่ 2 ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมในการชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก ทางช่องยูทูปร้อยเรื่องรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี ของผู้หญิงกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย โดยมุ่งเน้นศึกษาประชากรผู้หญิงกลุ่มเจนเอเรชั่นวายที่เคยเปิดรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก จำนวน 300 คน เพื่อสรุปผลการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนตามการออกแบบงานวิจัยในกรอบแนวคิดรูปที่ 1 สรุปได้ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากร

จากการศึกษาลักษณะทางประชากรผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

1. อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 30-33 ปี จำนวน 119 คน (ร้อยละ 39.6) รองลงมา คือ อายุ 34-37 ปี จำนวน 83 คน (ร้อยละ 27.7) อายุ 26-29 ปี จำนวน 75 คน (ร้อยละ 25.0) และอายุ 38-42 ปี จำนวน 23 คน (ร้อยละ 7.7)

2. ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 241 คน (ร้อยละ 80.3) รองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 39 คน (ร้อยละ 13.0) และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 20 คน (ร้อยละ 6.7)

3. อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 151 คน (ร้อยละ 50.3) รองลงมา คือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 73 คน (ร้อยละ 24.3) ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 57 คน (ร้อยละ 19.0) และนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา จำนวน 19 คน (ร้อยละ 6.4)

4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-40,000 บาท จำนวน 188 คน (ร้อยละ 62.7) รองลงมา คือ รายได้ 10,001-25,000 บาท จำนวน 76 คน (ร้อยละ 25.3) รายได้ 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 30 คน (ร้อยละ 10.0) และรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 6 คน (ร้อยละ 2.0)

ส่วนที่ 2 การเปิดรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก จากการศึกษาวิจัย พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมประเภทหัวข้อรายการ อยู่ในระดับมาก (3.92) สามารถวิเคราะห์ตามประเภทหัวข้อที่เปิดรับชมได้ตามลำดับ คือ ลำดับที่ 1 หัวข้อรายการวัฒนธรรม ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.11 อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 2 หัวข้อรายการสังคม ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 3 หัวข้อรายการวิถีชีวิต ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.93 อยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 4 หัวข้อรายการสิ่งแวดล้อม ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.86 อยู่ในระดับมาก และลำดับที่ 5 หัวข้อรายการอาชญากรรม ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.66 อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ โดยสรุปได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความบ่อยครั้งในการรับชมแยกประเภทหัวข้อที่เปิดรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก

ประเภทหัวข้อที่เปิดรับชม	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผลอยู่ในระดับ
1. วิถีชีวิต	3.93	0.79	มาก
2. สังคม	4.05	0.8	มาก
3. วัฒนธรรม	4.11	0.79	มาก
4. อาชญากรรม	3.66	0.99	มาก
5. สิ่งแวดล้อม	3.86	0.92	มาก
ภาพรวม	3.92	0.58	มาก

ส่วนที่ 3 ทศนคติต่อรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก ในภาพรวม พบว่า กับแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการ มีความสัมพันธ์ในทางบวกการรับชมรายการ อย่างมีนัยสำคัญที่ ($r = 0.618$) กล่าวคือ ผู้หญิงเจเนอเรชั่น วาย มีทัศนคติต่อรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก ในภาพรวมเห็นด้วยมาก ดังรายละเอียดในตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 ทศนคติกับแนวโน้มด้านพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก

ทัศนคติต่อรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก	แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก	
	r	Sig.
ด้านรูปแบบการนำเสนอ	0.525***	0.000
ด้านเนื้อหาสาระ	0.593***	0.000
ภาพรวม	0.618***	0.000

ส่วนที่ 4 แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก จากการศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก พบว่า โดยรวมแนวโน้มพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลกโดยค่าเฉลี่ย \bar{X} อยู่ที่ 4.10 อยู่ในระดับมาก สามารถวิเคราะห์รายชื่อของด้านประเภทหัวข้อที่เปิดรับชม คือ ลำดับที่ 1 ท่านต้องการบอกต่อหรือเชิญชวนให้ผู้อื่นให้มารับชมรายการ ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.17 แปลผลอยู่ในระดับมาก ลำดับที่ 2 เมื่อท่านนึกถึงรายการข่าวเกี่ยวกับสารคดี การเมือง เศรษฐกิจ สังคม ของทั่วโลกท่านจะนึกถึง ร้อยเรื่องรอบโลก เป็นอันดับแรก ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.1 แปลผลอยู่ในระดับมาก และ ลำดับที่ 3 ท่านมีความตั้งใจที่จะรับชมรายการต่อไป ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.04 แปลผลอยู่ในระดับมาก ผู้วิจัยสามารถอธิบายได้ว่าแนวโน้มด้านพฤติกรรมกรรมการรับชมของผู้ชมร้อยเรื่องรอบโลกนั้นมาจากความตั้งใจในการต้องการรับชมสารคดีเชิงข่าว และจากการได้รับข้อมูลข่าวสารรายการตากการบอกต่อโดยเกิดจากการที่ต้องการรับชมหรือทราบเรื่องราวโดยสรุปดังตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 แนวโน้มพฤติกรรมกรรมการรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก

ประเภทหัวข้อที่เปิดรับชม	ค่าเฉลี่ย	SD	แปลผลอยู่ในระดับ
1. ท่านมีความตั้งใจที่จะรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก ทางช่องยูทูปร้อยเรื่องรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี ต่อไป	4.04	0.728	มาก
2. เมื่อท่านนึกถึงรายการข่าวเกี่ยวกับสารคดี การเมือง เศรษฐกิจ สังคม ของทั่วโลกท่านจะนึกถึง ร้อยเรื่องรอบโลก เป็นอันดับแรก	4.10	0.798	มาก
3. ท่านต้องการบอกต่อหรือเชิญชวนให้ผู้อื่นให้มารับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก	4.17	0.693	มาก
ภาพรวม	4.10	0.539	มาก

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน การทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ทั้ง 3 ข้อ ซึ่งสามารถสรุปผลตามผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อให้ทราบถึงความสัมพันธ์และผลลัพธ์ที่ได้แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

สมมติฐานการวิจัยหรือปฏิเสธสมมติฐานการวิจัย กำหนดสมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางประชากร ในด้านของลักษณะทางประชากรที่ต่างกันจะมีการเปิดรับชมรายการแตกต่างกัน

สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การเปิดรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรายการ ในด้านของการเปิดรับชมรายการ มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการรับชมรายการ

สมมติฐานการวิจัยที่ 3 ทัศนคติต่อรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการรับชมรายการในด้านของทัศนคติต่อรายการ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปดังตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ลักษณะทางประชากรที่ต่างกันจะมีการเปิดรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก แตกต่างกัน	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยที่ 2 การเปิดรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก	สอดคล้องกับสมมติฐาน
สมมติฐานการวิจัยที่ 3 การเปิดรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก	สอดคล้องกับสมมติฐาน

จากตารางที่ 5 สรุปได้ว่าการทดสอบตามสมมติฐานของการวิจัยนี้สมมติฐานข้อที่ 1 คือ ด้านผู้ชมรายการมีการเปิดรับชมรายการที่แตกต่างกันโดยเป็นไปตามตามลักษณะด้านประชากรศาสตร์ สมมติฐานข้อที่ 2 ทัศนคติต่อการรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก การเปิดรับชมรายการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยรวมของผู้ชมที่มีต่อรายการร้อยเรื่องรอบโลก ตามรูปแบบการนำเสนอและทัศนคติผู้ชมต่อเนื้อหาสาระ โดยผู้วิจัยได้นำทัศนคติ 2 องค์ประกอบเข้ามาปรับใช้ในการศึกษาเกี่ยวกับการเปิดรับ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมรายการ ดังสมมติฐานที่ 3 มีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมในการรับชมรายการร้อยเรื่องรอบโลก โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวกในภาพรวมผู้ชมรายการมีแนวโน้มสนใจ ติดตามรับชมรายการ ตลอดรายการจนจบรายการจากเนื้อหาที่น่าสนใจของการนำเสนอราย

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง การเปิดรับทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก ทางช่องยูทูป ร้อยเรื่องรอบโลก by กรุณา บัวคำศรี ของผู้หญิงกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ได้ผลการศึกษาที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้เป็นรายด้าน ดังนี้

ด้านการเปิดรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก จากผลการวิจัย พบว่า ภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเปิดรับชมประเภทหัวข้อรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก ในระดับมาก ทั้งนี้การเปิดรับชม จะมากหรือน้อย ขึ้นกับทัศนคติที่มีผลต่อการรับชมรายการทำให้ทราบถึงแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมรายการ ที่สอดคล้องกับที่ แอคกิน (Atkin 1973) ได้ศึกษา การเปิดรับชมถือได้ว่าเป็นทัศนคติการรับรู้ในชีวิตประจำวันที่มีมนุษย์ทุกคนล้วนแล้ว ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยน ความรู้ ความเข้าใจ ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งจะมียอดประกอบที่เกี่ยวข้องกันอยู่ 2 ฝ่าย ข่าวสารจึงเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการประกอบการตัดสินใจของมนุษย์และและแนวโน้มพฤติกรรมที่ทำให้ความต้องการข่าวสารของมนุษย์จะเพิ่มมากขึ้น

ด้านทัศนคติต่อรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติต่อรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก เห็นด้วยในระดับดีมาก (4.23) และเป็นทัศนคติเชิงบวกที่มีต่อการรับชมรายการ ช่วยให้เกิดความรู้ และมีความสุขกับการรับชมรายการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (Scharm 1973) ศึกษาเกี่ยวกับ ทัศนคติ ความคาดหวังและแนวโน้มพฤติกรรมชมภาพยนตร์ไทยของผู้สูงวัยในกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างทัศนคติเชิงบวกสูงสุดส่วนใหญ่รู้สึกว่าการโฆษณาตัวอย่างภาพยนตร์ช่วยผ่อนคลายความเครียดได้เป็นอย่างดี

แนวโน้มด้านพฤติกรรมการรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีภาพรวมแนวโน้มพฤติกรรมการรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก แนวโน้มที่มีประเด็นมากที่สุดในเรื่องต้องการบอกต่อหรือเชิญชวนให้ผู้อื่นให้มารับชมรายการ ซึ่งสอดคล้องกับ วลัยลักษณ์ ธาวรสักดิ์ สุธิ (2562) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัลของผู้ชมในเขตภาคกลาง ผลการวิจัยพบว่า การติดต่อสื่อสารต้องการบอกต่อหรือเชิญชวนให้บุคคลมารับชมรายการนั้น อยู่ในระดับมาก มีผลจากปัจจัยด้านมุมมองของผู้บริโภครายการมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มด้านพฤติกรรมในการเลือกรับชมรายการทีวี

ด้านประชากรศาสตร์จากผลการวิจัย พบว่า ลักษณะทางประชากรที่ต่างกันจะมีการเปิดรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก แตกต่างจากผลการวิจัยพบว่า อายุ อาชีพ จะมีการเปิดรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก มีพฤติกรรมการเปิดรับชมรายการไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับ ปฐมพล อ้นขวัญเมือง (2562) ได้กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรคือคุณสมบัติเฉพาะในแต่ละคนที่แตกต่างกัน คุณสมบัติเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อผู้รับสารในการทำการสื่อสารในสถานการณ์ต่าง ๆ ส่งผลต่อจำนวนผู้รับสารก็มีผลจากการสื่อสารออกไปให้ทราบ

ด้านการรับชมรายการจากผลการวิจัย พบว่า มีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อรับชมรายการ ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับทัศนคติที่มีผลต่อการรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก ในภาพรวมเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์เชิงบวก ($R = 0.413$) กล่าวคือ ผู้หญิงเจนเนอเรชันวายที่ได้สัมผัสกับโปรแกรม ร้อยเรื่องรอบโลก โดยทั่วไปจะมีทัศนคติต่อโปรแกรมค่อนข้างมาก ร้อยเรื่องรอบโลก โดยภาพรวมเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง ร้อยเรื่องรอบโลก โดยทั่วไปไม่ค่อยมีทัศนคติต่อรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก ในภาพรวมเห็นด้วยน้อย

ความสัมพันธ์ดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับการศึกษาของ (นันทิชา กันภัย, 2557) ที่พบว่า เปิดรับการรับชมรายการมีความสัมพันธ์กับทัศนคติโดยรวมของผู้ชมที่มีต่อรายการโดยรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมของผู้ชมที่มีต่อรายการ

ทัศนคติต่อรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก จากผลการวิจัย พบว่า ในภาพรวมมีความสัมพันธ์กับแนวโน้มพฤติกรรมการรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก อย่างมีนัยสำคัญ ($R = 0.618$) โดยเป็นความสัมพันธ์ทางบวก ในภาพรวมเห็นด้วยมากจะมีแนวโน้มพฤติกรรมการรับชมรายการ ร้อยเรื่องรอบโลก ที่สามารถใช้เป็นแนวทางการกำหนดรูปแบบรายการในอนาคตได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (อภิญา แก้วเปรมกุล 2562) พบว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่สำคัญและขาดไม่ได้อีกประการคือการวัดทัศนคติ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ทราบถึงระดับทัศนคติของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งว่าอยู่ในระดับใดมากน้อยแค่ไหนอันนำไปสู่การคาดคะเนถึงแนวโน้มในการเกิด พฤติกรรมที่สามารถส่งผลได้ในอนาคตเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนได้ต่อไป

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัย

1. การศึกษาครั้งนี้พบว่า การเลือกใช้สื่อหัวข้อการนำเสนอกับระดับการศึกษา การเลือกใช้สื่อกับลักษณะประชากรจะประสบผลสำเร็จมากยิ่งขึ้น ควรศึกษาด้านแรงจูงใจที่ต้องการรับชมรายการเพื่อได้เปรียบเทียบและทราบถึงผลลัพธ์ที่ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
2. แนวโน้มพฤติกรรมการรับชมรายการส่วนใหญ่มีภาพรวมแนวโน้มพฤติกรรมการรับชมรายการ การศึกษาด้านช่องการสื่อสารที่หลากหลายและเทคโนโลยีทางการสื่อสาร การศึกษาด้านความสามารถในการใช้ดิจิทัลเทคโนโลยี (Digital Literacy) จะช่วยทำให้ทราบถึงปัจจัยด้านเทคโนโลยีที่ผู้บริโภคใช้งาน และสอดคล้องกับยุคของการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลเทคโนโลยี (Digital Transformation)
3. การวิจัยครั้งนี้ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความต้องการในการรับชมรายการ เป็นการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณ ดังนั้น การศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อได้ทราบถึงผลลัพธ์ของการวิจัยที่ในรูปแบบการวิจัยแบบ Mix Method

เอกสารอ้างอิง

- กัญจนกาจ ตระการบุญชัย. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อการรับชมและติดตามช่องรายการในยูทูปของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในเขตกรุงเทพมหานคร*. วารสารนิเทศสยามปริทัศน์(ปีที่K20 ฉบับที่K1).
- ฉายสิริ พัฒนถาวร, นุชบา สุธีธร และเสาวณี ชินนาลอง. (2565). การใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจสื่อออนไลน์ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2565, หน้า: (62-79).
- นันทินิชา กันภัย และ รแอนนา จุมพลเสถียร. (2557). *การเปิดรับทัศนคติและแนวโน้มพฤติกรรมต่อรายการความรู้ภาษาอังกฤษอิงลิชออนทัวร์ของผู้ชมในเขตกรุงเทพมหานคร*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน การจัดการสื่อสารองค์กร.
- ปฐมพล อ้นขวัญเมือง. (2562). *แนวทางการพัฒนาศักยภาพของพนักงานขายที่มีผลต่อยอดขายผลิตภัณฑ์กลุ่มลูกค้า Wealth ขององค์กร*. การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษา ระดับชาติ, 14(1), 1253-1262.
- วลัญช์ลักษณ์ การวรงค์ดีสุรี และกุลกัญญา ณ บ่อมเพ็ชร. (2562). *พฤติกรรมการรับชมรายการช่องทีวีดิจิทัลของผู้ชมในเขตภาคกลาง*. วารสารการบริหารและการจัดการ, 9(1), 43-57.
- สาวิตรี พรหมสิทธิ์. (2558). *การเปิดรับทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมในการแบ่งปันข้อมูลทางเฟซบุ๊กของเจนเนอเรชั่นวายที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อภิญา แก้วเปรมกุล. (2562). *การเปิดรับชม การรับรู้ ทัศนคติ และการใช้ประโยชน์จากหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร*. Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University, 6(2), 20-35.
- Charles K. Atkin. (1973). *Anticipated communication and mass media information seeking*. New York: Free Press.
- Schramm, Wilbur. (1973). *Channels and Audiences in Handbook of Communication*. Chicago: Rand McNelly Colledge.

การรับรู้ความสามารถของตนเองกับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน
ของพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี¹
PERCEIVED SELF-EFFICACY AND PERFORMANCE EFFECTIVENESS
OF PHANAT NIKHOM MUNICIPALITY EMPLOYEES, CHONBURI PROVINCE

ชไมพร พงษ์พานิช(Chamaiporn Pongpanich)²
อุษณี มงคลพิทักษ์สุข (Usanee Mongkolpitaksuk)³
กิตติศักดิ์ รัฐประเสริฐ (Kittisak Rathprasert)⁴

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การรับรู้ความสามารถของตนเอง 2) ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน และ 3) อิทธิพลของการรับรู้ความสามารถของตนเองกับผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 65 คนทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบค่าเฉลี่ยของการรับรู้ความสามารถของตนเองและประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองด้านกระบวนการด้านความคิด และกระบวนการด้านแรงจูงใจ สามารถร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม ร้อยละ 54.40

คำสำคัญ: การรับรู้ความสามารถของตนเอง/ ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

Abstract

This article aimed to study 1) perceived self-efficacy 2) performance effectiveness and 3) The effect of perceived self-efficacy on performance effectiveness of Phanat Nikhom Municipality employee, Chonburi Province. The sample was 65 employees. The hypothesis was tested by the multiple regression analysis. The result found, that the mean of perceived self-efficacy and performance effectiveness of Phanat Nikhom Municipality employees were high level. The results of the hypothesis testing found that perceived self-efficacy in cognitive processes and motivation process could predict performance effectiveness of Phanat Nikhom Municipality employees. The overall R^2 was .544 at statistically significant level .05.

Keyword: Self-efficacy/ Effectiveness of performance

¹บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์ เรื่อง การรับรู้ความสามารถของตนเองกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

²นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษร

³อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษร

⁴อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษร

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่รวดเร็วผนวกกับการขยายตัวของเมืองและจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นทำให้การทำงานของเทศบาลเมืองพณีสนิคม จึงต้องมีการปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ในขณะที่เดียวกันเทศบาลเมืองพณีสนิคมยังให้ความสำคัญกับการสร้างเมืองน่าอยู่อย่างยั่งยืน ดำเนินนโยบายภายใต้หลักเศรษฐกิจพอเพียง มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนเป็นสำคัญ บริหารงานให้มีความโปร่งใสและตรวจสอบได้ ทั้งยังมุ่งเน้นให้สมาชิกในชุมชนมีสุขภาวะที่ดี ในการดำเนินงานพัฒนาเพื่อนำไปสู่การเป็นเมืองน่าอยู่ เทศบาลเมืองพณีสนิคมได้ดำเนินงานภายใต้กรอบแนวคิด 4 ข้อ ดังนี้ 1) เมืองอยู่ดี 2) คนมีสุข 3) สิ่งแวดล้อมยั่งยืน 4)องค์กรแห่งการเรียนรู้และการบริหารจัดการที่ดี

ฉะนั้น การทำให้เทศบาลเมืองพณีสนิคม สามารถวางแผนอัตรากำลังเพื่อให้การบริหารงานของเทศบาลเมืองพณีสนิคมเกิดประโยชน์ต่อประชาชน เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจตามอำนาจหน้าที่ มีประสิทธิภาพมีความคุ้มค่าสามารถลดขั้นตอนการปฏิบัติงานและมีการลดภารกิจ ยุบเลิกหน่วยงานที่ไม่จำเป็น การปฏิบัติภารกิจสามารถตอบสนองของความต้องการของประชาชนได้เป็นอย่างดี โดยยึดหลักธรรมาภิบาล วิเคราะห์ภารกิจ อำนาจหน้าที่ ความรับผิดชอบของเทศบาลเมืองพณีสนิคม ตามพระราชบัญญัติเทศบาล พ.ศ. 2496 แก้ไขเพิ่มเติมถึงฉบับที่ 13 พ.ศ. 2552 และพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 ตลอดจนกฎหมายอื่นให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนพัฒนาอำเภอ แผนพัฒนาจังหวัด นโยบายของรัฐบาลและสภาพปัญหาของเทศบาลเมืองพณีสนิคม

เทศบาลเมืองพณีสนิคมจึงมีความพยายามส่งเสริมการเรียนรู้ของพนักงานเทศบาล เพื่อกำหนดตำแหน่งในสายงานต่างๆ จำนวนตำแหน่ง และระดับตำแหน่งให้เหมาะสมกับภารกิจหน้าที่ความรับผิดชอบ ปริมาณงานและคุณภาพของงาน รวมทั้งความก้าวหน้าในสายอาชีพของกลุ่มงานต่างๆ นำไปสู่การพัฒนาเมืองได้ต่อไป ทำให้การบริหารงานสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยนำเอาเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยเข้ามาใช้ในการปฏิบัติงาน เช่น การใช้ระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาจัดการกับงานเอกสาร การแลกเปลี่ยนสื่อสารระหว่างประชาชนและคณะผู้บริหารเมืองเป็นไปอย่างใกล้ชิด ผ่านแอปพลิเคชันไลน์ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มพนักงานเทศบาล และกลุ่มประชาสัมพันธ์เพื่อลดเวลาและขั้นตอนต่างๆ ให้เกิดความรวดเร็วมากขึ้น แต่จากสภาพความเป็นจริงของหน่วยงานเทศบาลเมืองพณีสนิคม ยังขาดอุปกรณ์ที่มีความทันสมัย บุคลากรในระดับผู้ปฏิบัติงานและผู้ชำนาญงาน ขาดความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงาน ทำให้การปฏิบัติงานไม่คล่องตัวเท่าที่ควรและเกิดความล่าช้า บุคลากรขาดการพัฒนาอย่างเป็นระบบ การทำให้พนักงานเทศบาลเมืองพณีสนิคมมีการเปลี่ยนแปลงวิธีคิด มีความเชื่อมั่นที่จะทำสิ่งดีๆ และรับรู้ระดับความสามารถของตนเองจะเป็นปัจจัยเพิ่มเติมที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมในการนำไปสู่การพัฒนา ออกแบบกิจกรรม วางแผนระบบบริหารจัดการ สร้างทีมงานที่แข็งแกร่ง และสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการทำงานให้ประสบความสำเร็จ ตอบสนองความต้องการของผู้มาใช้บริการได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ ซึ่งในปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐส่วนใหญ่มุ่งเน้นการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรว่ามีความสามารถมากน้อยเพียงใด เพื่อพัฒนาบุคลากร ด้วยการให้ความรู้ สร้างเสริมทักษะในการตัดสินใจซึ่งจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานให้บรรลุตามเป้าหมาย รวมถึงเทศบาลเมืองพนัสนิคมด้วยเช่นกัน

จากปัญหาด้านการปฏิบัติงานในข้างต้น สะท้อนให้เห็นความสำคัญของพัฒนาการรับรู้ความสามารถของตนเองของพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม ผู้พัฒนาการปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จตลอดจนปรับปรุงการปฏิบัติงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อตนเองและชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาการรับรู้ความสามารถของตนเองของพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี
- 2) เพื่อศึกษาผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี และ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ จากประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จำนวน 65 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการรับรู้ความสามารถของตนเอง

ด้วยมีนักวิชาการหลายท่านทำการศึกษารับรู้ความสามารถของตนเอง แต่แนวคิดการรับรู้ความสามารถของตนเอง ของ Bandura (1998 อ้างถึงใน อัมพิกา สุนทรภักดี, 2559) กลับเป็นที่นิยมนำมาใช้เป็นตัวแปรมากที่สุด โดย Bandura มีความเชื่อว่าบุคคลสองคนอาจมีความสามารถไม่ต่างกัน แต่การแสดงออกและการรับรู้ความสามารถในสภาพการณ์ที่แตกต่างกัน ย่อมทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่ต่างกัน Bandura ยังเห็นว่าความสามารถของคนเรานั้นไม่ตายตัว แต่ยืดหยุ่นไปตามสภาพการณ์ การรับรู้ความสามารถของตนเองจึงเป็นแรงกระตุ้นที่บุคคลใช้ความพยายาม ความอดทนในการพัฒนาตนเอง เมื่อต้องเผชิญกับปัญหาอุปสรรคที่มีความท้าทายให้บรรลุผลสำเร็จ ทั้งนี้การรับรู้ความสามารถของตนเองสามารถกระทำผ่านกระบวนการ 4 กระบวนการ ได้แก่

1. กระบวนการคิด การรับรู้ความสามารถของตนเองมีผลต่อแบบแผนการคิดที่จะส่งเสริมหรือบั่นทอนผลการปฏิบัติงาน ทั้งด้านการตีความสถานการณ์ และการคาดการณ์

2. กระบวนการจูงใจ ด้วยสามารถจูงใจตนเองและปฏิบัติตามเป้าหมายที่วางไว้มีพื้นฐานมาจากกระบวนการคิด ฉะนั้น บุคคลที่มีการคาดการณ์ดี ย่อมมีแรงจูงใจในการควบคุมการกระทำให้เป็นไปตาม

เป้าหมาย หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งบุคคลที่มีการรับรู้ความสามารถของตนเองสูง จะมีแรงจูงใจในการกระทำได้ดีกว่าบุคคลที่สงสัยในความสามารถของตนเอง

3. กระบวนการด้านอารมณ์ การรับรู้ความสามารถของตนเองจะส่งผลต่อประสบการณ์ทางอารมณ์ของบุคคล โดยผ่านการคิด การกระทำ และความรู้สึก ดังนี้ 1) ด้านการคิด พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเอง มีอิทธิพลต่อความสนใจและการตีความสถานการณ์ต่าง ๆ ซึ่งอาจทำให้บุคคลนั้นเกิดความรู้สึกทางบวกหรือลบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของบุคคลนั้น ๆ 2) ด้านการกระทำ พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองจะช่วยส่งเสริมให้การกระทำหรือการทำงาน มีประสิทธิภาพและนำไปสู่เป้าหมายที่บุคคลกำหนดไว้ 3) ด้านความรู้สึก พบว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองจะช่วยจัดการกับสภาวะทางอารมณ์ของบุคคล เพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมาย

4. กระบวนการเลือก การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อการเลือกกระทำพฤติกรรมของบุคคล หากกิจกรรมนั้นยากเกินความสามารถของตนเอง บุคคลมักหลีกเลี่ยงทำกิจกรรมนั้น และจะเลือกทำกิจกรรมที่เชื่อว่าตนเองมีความสามารถที่จะทำได้สำเร็จ

แนวคิดประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน

ในการศึกษาประสิทธิผลของพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ผู้ศึกษานำ หลักเกณฑ์และวิธีการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาล ที่กำหนดโดยคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนมาใช้เป็นแนวทางการศึกษา ประกอบด้วย

1. ด้านสมรรถนะการปฏิบัติงาน พิจารณาจากมุ่งผลสัมฤทธิ์ การยึดมั่นในความถูกต้องและจริยธรรม การบริการที่เป็นเลิศ การทำงานเป็นทีม และความเข้าใจองค์กรและระบบงาน
2. ด้านผลการปฏิบัติงาน พิจารณาจากปริมาณงาน คุณภาพงาน ความรวดเร็ว และความประหยัดหรือความคุ้มค่าของทรัพยากร

สมมติฐานการศึกษา

ประกอบด้วย สมมติฐานหลักคือ การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม สมมติฐานย่อยได้แก่ 1) การรับรู้ความสามารถของตนเองด้านกระบวนการด้าน ความคิดมีอิทธิพลต่อกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม 2) การรับรู้ความสามารถของตนเองด้านกระบวนการแรงจูงใจมีอิทธิพลต่อกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม 3) การรับรู้ความสามารถของตนเองด้านกระบวนการด้าน อารมณ์ มีอิทธิพลต่อกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม 4) การรับรู้ความสามารถของตนเองด้านกระบวนการเลือก มีอิทธิพลต่อกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม

ผลการศึกษา

1. การรับรู้ความสามารถของตนเองโดยรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 ($SD = .454$) โดยกระบวนการด้านความคิด มีค่าเฉลี่ยระดับสูงที่สุด ($M = 4.09, SD = .559$) รองลงมา คือ กระบวนการด้านการเลือก ($M = 3.94, SD = .627$) กระบวนการด้านแรงจูงใจ ($M = 3.90, SD = .494$) และ กระบวนการด้านอารมณ์ ($M = 3.86, SD = .608$) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการรับรู้ความสามารถของตนเอง

การรับรู้ความสามารถของตนเอง	M	SD	ลำดับ
1. กระบวนการด้านความคิด	4.09	.559	1
2. กระบวนการด้านแรงจูงใจ	3.90	.494	3
3. กระบวนการด้านอารมณ์	3.86	.608	4
4. กระบวนการด้านการเลือก	3.94	.627	2
รวม	3.94	.454	มาก

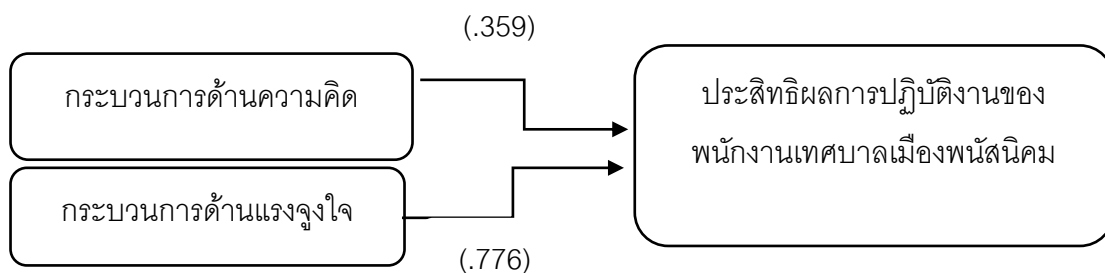
2. ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพุนนังคม อยู่ในระดับมาก ($M = 4.10, SD = .352$) โดยค่าเฉลี่ยด้านผลการปฏิบัติงาน ($M = 4.19$) สูงกว่าค่าเฉลี่ยด้านสมรรถนะการปฏิบัติงาน ($M = 4.01$) เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่า ผลการปฏิบัติงานด้านปริมาณงาน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($M = 4.30, SD = .432$) รองลงมา คือ คุณภาพงาน ($M = 4.27, SD = .493$) ความรวดเร็ว ($M = 4.18, SD = .483$) และความประหยัดหรือความคุ้มค่าของทรัพยากร ($M = 4.14, SD = .558$) ส่วนด้านสมรรถนะการปฏิบัติงาน พบว่า การบริการที่เป็นเลิศ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($M = 4.09, SD = .578$) รองลงมา คือ ความเข้าใจองค์กรและระบบงาน ($M = 4.02, SD = .605$) การทำงานเป็นทีม ($M = 4.00, SD = .584$) การยึดมั่นในความถูกต้องและจริยธรรม ($M = 3.97, SD = .586$) และมุ่งผลสัมฤทธิ์ ($M = 3.96, SD = .643$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน	M	SD	ลำดับ
สมรรถนะการปฏิบัติงาน	4.01	.514	มาก
1.มุ่งผลสัมฤทธิ์	3.96	.643	5
2.การยึดมั่นในความถูกต้องและจริยธรรม	3.97	.586	4
3.การบริการที่เป็นเลิศ	4.09	.578	1
4.การทำงานเป็นทีม	4.00	.584	3

ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน	M	SD	ลำดับ
5.ความเข้าใจองค์กรและระบบงาน	4.02	.605	2
ผลการปฏิบัติงาน	4.19	.319	มาก
1.ปริมาณงาน	4.30	.432	1
2.คุณภาพงาน	4.27	.493	2
3.ความรวดเร็ว	4.18	.483	3
4.ความประหยัดหรือความคุ้มค่าของทรัพยากร	4.14	.558	4
รวม	4.10	.352	มาก

3. อิทธิพลการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพิจิตร ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ t ($R^2 = .544$) เมตตามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพิจิตร โดยกระบวนการด้านความคิด และกระบวนการด้านแรงจูงใจ มีส่วนช่วยพยากรณ์ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพิจิตร ได้ร้อยละ 54.40 ทางสถิติ .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก และสมมติฐานย่อยที่ 1, 2



Model Fit

F	Sig.
37.004	.000

แผนภาพที่ 1 ตัวแบบการถดถอยพหุคูณของการรับรู้ความสามารถของตนเองกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพิจิตร ส่วนองค์ประกอบด้านกระบวนการด้านอารมณ์ กระบวนการด้านการเลือก ไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพิจิตร ที่ระดับนัยสำคัญ .05

อภิปรายผล

1.รับรู้ความสามารถของตนเอง

ผลการศึกษา การรับรู้ความสามารถของตนเองโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภิรดา พุ่มพงษ์ (2551), ดรุณี เงินศรีและ ณีฐฐพร หลาวทอง(2552), วิชชุดา น้อยนวล (2552) วไลกรณ์ แก้วคำ และ สิริพันธ์ สุวรรณมรรคา (2554) อรรัมภา เนื่องพุก (2556) เครือวัลย์ ไชยสินธุ์ (2559), นิศรา หงษา และสุรศักดิ์ ชะมารัมย์ (2560) สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

กระบวนการด้านความคิด ผลการศึกษาพบว่า อยู่ในระดับมาก ($M= 4.09$) สาเหตุที่เป็นเช่นนี้ เนื่องจากในการปฏิบัติราชการตามอำนาจหน้าที่และภารกิจที่รับผิดชอบหรือที่ได้รับมอบหมายของพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม ล้วนมีการพิจารณา วิเคราะห์ วางแผนการดำเนินงานในขั้นตอนต่างๆ ให้แล้วเสร็จเป็นไปตามระยะเวลาของกฎหมาย ระเบียบ คำสั่งที่กำหนด เช่น การวางแผนจัดเก็บภาษีตามกฎหมายฉบับใหม่ หรือในสถานการณ์ช่วยเหลือผู้ป่วยโรคติดเชื้อไวรัส โควิด-19 พนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคมต่างปรับตัวเตรียมพร้อมให้ช่วยเหลือดูแลผู้ป่วยให้เข้ารับการรักษาศูนย์พักคอยของเทศบาลเมืองพนัสนิคม ตามบทบาทหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย รวมทั้งการปฏิบัติงานในส่วนที่ตนเองรับผิดชอบบรรลุผลสำเร็จตามนโยบายของผู้บริหาร และตัวชี้วัดของแผนปฏิบัติราชการประจำปี สอดคล้องกับผลการศึกษาของ วัฒนมาศ บันแตง (2550), วิชชุดา น้อยนวล (2552) ที่พบว่า กระบวนการด้านความคิด มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

กระบวนการด้านแรงจูงใจ ผลการศึกษา พบว่า อยู่ในระดับมาก ($M= 3.90$) เนื่องจาก เทศบาลพนัสนิคมเป็นเทศบาลเล็ก ๆ ที่กำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและสังคมของวัยรุ่นควบคู่กันเป็นแบบเส้นขนาน ซึ่งทำให้การทำงานของพนักงานเทศบาลต้องมีการปรับตัวในการชี้แจง ทำความเข้าใจกับผู้ที่มาใช้บริการในทุกช่วงวัยให้พร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านงานเอกสาร การส่งเสริมการใช้แอปพลิเคชันต่างๆ เพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น ทางเทศบาลพนัสนิคมจึงส่งเสริมให้พนักงานเทศบาล สร้างบรรยากาศของเทศบาลให้เหมือนบ้าน จัดมุมพักคอยและมีน้ำดื่มให้บริการ มีความเป็นกันเอง ให้เกียรติกับทุกๆ คน ที่มาติดต่อราชการรวมถึงการมาขอความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ตลอดจนส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับประชาชนในท้องถิ่นให้มากขึ้น ด้วยวิธีการร่วมด้วยช่วยกัน คอยสอดส่องดูแลและร่วมกันออกความคิดเห็นในการแก้ไขปัญหาต่างๆ ในเขตรับผิดชอบของเทศบาลพนัสนิคม เพื่อเทศบาลจะได้นำมาแก้ไขปรับปรุงได้ตรงกับความต้องการของประชาชนมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภิรดา พุ่มพงษ์ (2551) ดรุณี เงินศรี และ ณีฐฐพร หลาวทอง (2552) ที่พบว่า กระบวนการด้านแรงจูงใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

กระบวนการด้านอารมณ์ ผลการศึกษา พบว่าอยู่ในระดับมาก มาก ($M= 3.86$) การทำงานของเทศบาลล้วนเป็นการ ต้องมีการพบปะพูดคุยกับประชาชนซึ่งจะทำให้ทุกคนมีความเข้าใจในรูปแบบหรือแนวทางที่เทศบาลต้องการนั้นก็จะทำได้ยากด้วยเนื่องจากพื้นฐานของแต่ละคนนั้นไม่เหมือนกันทั้งในด้านอายุเพศการศึกษา เทศบาลพนัสนิคมจึงให้การอบรมให้กับพนักงานของเทศบาลในการเป็นผู้ฟังที่ดี เอาใจแค่มารุ้ใจเราเป็นการแสดงออกถึงความใส่ใจรวมถึงฝึกฝนให้มีความกระตือรือร้น ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรคแม้บางครั้งงานที่ได้รับมอบหมายจะมีความยากก็ตาม เช่น เมื่อมีประชาชนมาใช้บริการจำนวนมาก ปัญหาที่ประชาชนต้องการให้เทศบาลแก้ไขก็มากตามไปด้วย ทางเทศบาลก็จะจัดเจ้าหน้าที่เข้ารับฟังปัญหาเพื่อเป็น

การคัดกรองเพื่อให้คำแนะนำในการดำเนินการขั้นต่อไปได้อย่างถูกต้อง เป็นการแสดงออกถึงความกระตือรือร้น และไม่ย่อท้อในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พิเชษฐ พุ่มแจ่ม, สุพิมพ์ ศรีพันธ์วรกุล และพูลพงศ์ สุขสว่าง (2555) พัสกร แนวปราณีต พูลพงศ์ สุขสว่าง และสุชาดา กรเพชรปาณี (2556) พบว่า กระบวนการด้านอารมณ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่โดยรวมในระดับมาก

กระบวนการด้านการเลือก ผลการศึกษา พบว่า อยู่ในระดับมาก ($M = 3.94$) เนื่องจากเทศบาลพนัสนิคมได้ จัดการปัญหาต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ เพื่อที่จะได้เข้าใจปัญหาและสถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างชัดเจนเพื่อนำไปกำหนดแผนประชุมและหาข้อสรุปประกอบกับมีการจัดบันทึก การแก้ปัญหาต่าง ๆ ที่ผ่านมานำมาประกอบและใช้เป็นแนวทางในการก่อให้เกิดวิธีการ แก้ปัญหาที่มีความเป็นปัจจุบันมากยิ่งขึ้น โดยหาวิธีการ และทางเลือกในการแก้ไขปัญหาที่มีความท้าทายตลอดจนการใช้ความรู้ความสามารถของตัวเองผ่านประสบการณ์ต่างๆ ที่ผ่านมานำไปสู่การพยายามแก้ไขปัญหาให้เกิดความเหมาะสมอย่างที่สุด สอดคล้องกับผลการศึกษาของ รัชชามน แสงสุข (2550), นพดล เพิ่มสมบูรณ์ (2552) ดรุณี คลีบัวแก้ว (2554) กัญญาภัทร แจ่มแจ่ม (2558) ที่พบว่า กระบวนการด้านการเลือก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

2. ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม

ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคม อยู่ในระดับมากทุกด้าน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ หทัยทิพย์ สีสวน (2557) อัมพิกา สุนทรภักดี (2559) เอนก นรสาร สัมราญ กำจัดภัย และ พจมาน ชำนาญกิจ (2559) กรวรรณ ปัญญาพูล (2559) ศศิวรรณ อินทวงศ์ (2560) ปราณี ใจบุญ (2561) สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

สมรรถนะการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย

ด้านมุ่งผลสัมฤทธิ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.96$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคมมีความขยันหมั่นเพียร และตั้งใจปฏิบัติงานเพื่อให้ได้ผลงานตามเป้าหมายและมาตรฐานที่หน่วยงานกำหนดไว้ อย่างดีที่สุด และความมุ่งมั่นในการปรับปรุงพัฒนาผลงานและกระบวนการปฏิบัติงานให้มี คุณภาพและมีประสิทธิภาพสูงสุดอยู่เสมอ และพัฒนา ผลงานให้โดดเด่นเกินกว่าเป้าหมายมาตรฐานที่องค์กรกำหนด อุตสาหะมานะบากบั่นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ ทำทนาย หรือได้ผลงานที่โดดเด่นและแตกต่างอย่างไม่เคยมีใครทำได้มาก่อน และวิเคราะห์ผลได้และผลเสีย และสามารถตัดสินใจได้แม้จะมีความเสี่ยง เพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย สอดคล้องกับผลการศึกษาของอัมพิกา สุนทรภักดี (2559) ด้านมุ่งผลสัมฤทธิ์ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

การยึดมั่นในความถูกต้องและจริยธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.97$) แสดงให้เห็นว่าพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคมประพฤติปฏิบัติตนอยู่ภายใต้กรอบของวินัย จรรยาบรรณของข้าราชการ และกฎหมาย ทำให้พนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคมทุกคนต่างปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์ สุจริต ถูกต้องตามกฎหมาย ระเบียบแบบแผนทางราชการ ไม่เบี่ยงเบนด้วยอคติ หรือผลประโยชน์ส่วนตน เช่น การจัดเก็บภาษีบำรุงในเขตเทศบาล ให้เป็นไปตามระเบียบ และราชบัญญัติภาษีบำรุงท้องที่ พศ.2508 และราชบัญญัติภาษีที่ดิน

และสิ่งปลูกสร้าง พศ.2562 อย่างเคร่งครัด และไม่เบียดเบียนทรัพย์สินของทางหน่วยงานเพื่อไปแสวงหาประโยชน์ส่วนตน สอดคล้องกับผลการศึกษาของปราณี ใจบุญ (2561) ด้านการยึดมั่นในความถูกต้องและจริยธรรม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านการบริการที่เป็นเลิศ โดยรวมอยู่ในระดับมาก (M= 4.09) เนื่องจากเทศบาลเมืองพนัสนิคมมีการพัฒนาพนักงานผู้ให้บริการ ให้เป็นผู้ที่มีคุณลักษณะที่เหมาะสมในการให้บริการ เช่น มีทัศนคติ ที่ถูกต้องในการให้บริการ สามารถให้บริการด้วยความรวดเร็ว มีความรู้ในเรื่องที่ให้บริการเป็นอย่างดี มีความสุภาพและเต็มใจในการให้บริการ มีอัธยาศัยไมตรีอันดี และให้บริการที่ผู้รับบริการต้องการได้ เต็มใจช่วยเหลือ และแก้ปัญหาให้กับผู้รับบริการได้ ให้บริการที่เกินความคาดหวังในระดับทั่วไปของผู้รับบริการ เข้าใจและให้บริการที่ตรงตามความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการได้ และมองการณ์ไกล และสามารถให้บริการที่เป็นประโยชน์อย่างแท้จริงและยั่งยืนให้กับผู้รับบริการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของอัมพิกา สุนทรภักดี (2559) ด้านการบริการที่เป็นเลิศ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านการทำงานเป็นทีม โดยรวมอยู่ในระดับมาก (M= 4.00) เนื่องจากพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคมต้องปฏิบัติภารกิจในการให้บริการประชาชน เช่น ศูนย์บริการประชาชน (ศูนย์รับเรื่องราวร้องทุกข์, ศูนย์ข้อมูลข่าวสาร) ในการอำนวยความสะดวกแก่ประชาชนในการเข้าถึงบริการข้อมูล ข่าวสาร ตลอดจนสามารถร้องทุกข์ร้องเรียน และมีพื้นที่แสดงความคิดเห็น เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมใน กระบวนการบริหารให้มีประสิทธิภาพ โปร่งใส ทั้งนี้ยังมีการประสานงานกับบุคคลหลายฝ่ายทั้งภายในและภายนอกหน่วยงาน การมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบของทีมงาน มีการประชุมวางแผนและรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงาน ที่มีความรู้ประสบการณ์ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ถึงแนวคิด วิธีการต่าง ๆ ที่มีความหลากหลายจากเพื่อนร่วมงาน จึงนำไปสู่การปฏิบัติที่เหมาะสม มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล รวมถึงทำให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีระหว่างสมาชิกในทีมมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของอัมพิกา สุนทรภักดี (2559) ด้านการทำงานเป็นทีม มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านความเข้าใจองค์กรและระบบงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก (M= 4.02) เนื่องจากพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคมมีความเข้าใจข้อบังคับ กฎระเบียบการปฏิบัติงาน และสามารถเรียนรู้งาน รวมถึงมีทักษะและความสามารถเกี่ยวกับเทคโนโลยี ระบบกระบวนการทำงาน และมาตรฐานการทำงานของตน เข้าใจการเชื่อมโยงของระบบและ กระบวนการทำงานของตนกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่ติดต่ออย่างชัดเจน สามารถมองภาพรวมแล้วปรับเปลี่ยนหรือ ปรับปรุงระบบให้มีประสิทธิภาพขึ้น เข้าใจกระแสภายนอก เช่น นโยบายการเมืองและกรอบกรอบในภาพรวม ทิศทางของภาครัฐ เศรษฐกิจ และสังคม เป็นต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของปราณี ใจบุญ (2561) ด้านความเข้าใจองค์กรและระบบงาน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ผลการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย

ด้านปริมาณ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.30$) เนื่องจากพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคมได้รับมอบหมายงานและหน้าที่ความรับผิดชอบเหมาะสมกับความรู้ ไม่ละเลยทอดทิ้ง จนเกิดความเสียหายแก่ทางราชการ และเมื่อมีปัญหาใดที่เกิดขึ้นในระหว่างปฏิบัติงานก็สามารถวิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ทันเวลาและเหมาะสม จึงทำให้สามารถปฏิบัติงานตามภารกิจที่ได้รับมอบหมายให้สำเร็จลุล่วงเป็นไปด้วยดี สอดคล้องกับผลการศึกษาของศศิวรรณ อินทรวงศ์ (2560) ด้านปริมาณ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านคุณภาพงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.27$) เนื่องจากพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคมปฏิบัติงานตามหลักเกณฑ์ วิธีปฏิบัติ มีการปรับปรุง พัฒนางานอยู่เสมอ และปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้สนับสนุน เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบแบบแผน ก็ยังทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ตามเป้าหมายและมาตรฐานงานที่กำหนด เช่น การจัดทำระบบเพิ่มรหัสชุมชนในระบบทะเบียนราช ข้อมูลด้านประชากรในชุมชนต่าง ๆ มาจัดทำแผนพัฒนาชุมชน หรือจัดทำบัญชีรายชื่อผู้มีสิทธิเลือกตั้งได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับผลการศึกษาของปราณี ใจบุญ (2561) ด้านคุณภาพงาน มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านความรวดเร็ว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.18$) มีสาเหตุสืบเนื่องมาจากพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคมส่วนใหญ่รับราชการมาเป็นเวลานาน จึงมีประสบการณ์ ความรู้ ความเข้าใจระบบงาน รวมทั้งขั้นตอนวิธีการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี ดังนั้น เมื่อมีปัญหาใดที่เกิดขึ้นในระหว่างปฏิบัติงานก็สามารถวิเคราะห์ และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้ทันเวลาและเหมาะสม เช่น การลงทะเบียนและยื่นคำขอรับเงินเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ มีการประชุมวางแผน ทำความเข้าใจขั้นตอนการปฏิบัติงาน พนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคมทุกคนต่างช่วยเหลือและประสานการปฏิบัติงานร่วมกัน รับผิดชอบงานที่ได้รับมอบหมาย และแก้ไขปัญหาอุปสรรคร่วมกันอย่างเต็มกำลังความสามารถ จนทำให้การการลงทะเบียนเป็นไปด้วยความเรียบร้อย สอดคล้องกับผลการศึกษาของปราณี ใจบุญ (2561) ด้านความรวดเร็ว มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

ด้านความประหยัดหรือความคุ้มค่าของทรัพยากร โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 4.14$) มีสาเหตุสืบเนื่องมาจากพนักงานเทศบาลเมืองพนัสนิคมส่วนใหญ่สามารถใช้ทรัพยากรของหน่วยงานได้อย่างเหมาะสม ประหยัด คุ้มค่า มีการประยุกต์ หรือรีไซเคิลวัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ ด้วยการลดการใช้ การนำกลับมาใช้ซ้ำ และการนำขยะกลับมาใช้ใหม่ (Reduce Reuse and Recycle: 3Rs) โดยนำ 3R เป็นแนวคิดและแนวทางในการปฏิบัติเพื่อการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่า เช่น การใช้กระดาษ 2 หน้า การนำกระดาษรายงานที่เขียนแล้ว 1 หน้า มาใช้ในหน้าที่เหลือหรืออาจนำมาทำเป็นกระดาษไนต์ หรือนำเศษอาหารมาทำปุ๋ยหมักใช้กับต้นไม้ในเทศบาล เป็นต้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของศศิวรรณ อินทรวงศ์ (2560) ด้านความประหยัดหรือความคุ้มค่าของทรัพยากร มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก

3. อิทธิพลการรับรู้ความสามารถของตนเองต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพินส์นิคม

จากการทดสอบสมมติฐานหลักที่ว่า การรับรู้ความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพินส์นิคม ได้ร้อยละ 54.40 สอดคล้องกับผลการศึกษาของวัฒนมาศ ปั้นแดง (2550) วิชชุดา น้อยนวน และคณะ (2552) รสสุคนธ์ วีระเสถียร (2553) วไลภรณ์ แก้วคำ และ สิริพันธ์ สุวรรณมรรคา (2554) ญาณิกา ลาประวัตติ และคณะ (2556) พัชรินทร์ ไชยรักษ์ และ อวยพร เรื่องตระกูล (2556) โดยมีกระบวนการด้านความคิด และกระบวนการด้านแรงจูงใจเป็นตัวแปรสำคัญที่ร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลเมืองพินส์นิคม ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 สาเหตุสืบเนื่องมาจากพนักงานเทศบาลเมืองพินส์นิคม ให้ความสำคัญกับการจัดระบบการทำงานประกอบกับการได้รับการสนับสนุนในด้านการพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะและความชำนาญ ทำให้สามารถมองเห็นปัญหาได้ชัดเจนมากขึ้น นำไปสู่การประยุกต์ใช้รูปแบบวิธีการทำงานที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว อาทิ การนำระบบบัตรคิวแบบดิจิทัลมาใช้ เพื่อทราบจำนวนผู้ที่รอรับบริการและประเภทบริการที่ประชาชนต้องการเข้ารับบริการ ในแต่ละวัน แต่ละช่วงเวลา แล้วนำมาเป็นข้อมูลจัดสรรบุคลากรในการปฏิบัติงานให้เกิดความเหมาะสมและเพียงพอ กับความต้องการในการให้บริการ ซึ่งหากบุคลากรไม่เพียงพอก็จะดำเนินการเพิ่มหรือลดบุคลากรบางด้านลง หรือแม้กระทั่งการหมุนเวียน สับเปลี่ยนตำแหน่งงาน เพื่อให้พนักงานพัฒนาทักษะใหม่ ๆ สร้างวิถีคิดนอกกรอบในการทำงาน ได้ทดลองทำพันธกิจที่หลากหลาย รวมไปถึงการส่งเสริมให้พนักงานได้รับการอบรมการใช้เทคโนโลยี อุปกรณ์สำนักงานให้เกิดความชำนาญ จนสามารถพัฒนาและต่อยอดในการนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการทำงาน ซึ่งการรับรู้ความสามารถของตนผ่านกระบวนการด้านความคิดนี้ ยังได้รับการส่งเสริมจากสร้างแรงจูงใจของเทศบาลพินส์นิคมให้พนักงานรู้สึกถึงการมีส่วนร่วม และการแสดงให้เห็นว่าบุคลากรทุกคนมีความสำคัญ ถึงแม้ Bandura(1994) จะกล่าวว่า การจูงใจของบุคคลส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของกระบวนการคิด ที่บุคคลจะจูงใจตนเองและชี้แนะการกระทำของตนเองโดยการคิดล่วงหน้า ว่าตนสามารถกระทำได้ได้ตามความคาดหวัง หากการได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานถึงความคาดหวังและเห็นคุณค่าแล้ว ก็ย่อมส่งเสริมพฤติกรรมการทำงานในเชิงบวกของพนักงานเพิ่มขึ้น เทศบาลเมืองพินส์นิคมจึงมุ่งมั่นในการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ทั้งในเชิงกายภาพเช่น การสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี การจัดทำ One Stop Service การจัดหาอุปกรณ์อำนวยความสะดวกในการทำงาน และเชิงองค์ความรู้ เช่น การจัดให้เรียนภาษาต่างประเทศ การส่งให้ไปรับการฝึกอบรมในหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อลดปัญหาข้อผิดพลาดจากการทำงานและทำให้ผลงานมีคุณภาพสูงสุด

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

การรับรู้ความสามารถของตนเอง

ผู้บริหารเทศบาลเมืองพินส์นิคม จังหวัดชลบุรี ควรมุ่งเน้นให้พนักงานมีการพัฒนากระบวนการทางความคิดอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ โดยเฉพาะการมุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างพนักงานภายในเทศบาล

และกับพนักงานเทศบาลอื่น มีการสร้างบรรยากาศการทำงานที่สนับสนุนให้พนักงานสามารถพบปะพูดคุยถึงปัญหาและแนวปฏิบัติของพนักงานในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และส่งเสริมให้มีการนำแนวปฏิบัติที่ดีไปใช้กับพนักงานอื่น ๆ ในเทศบาล

ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

เนื่องจากพนักงานเทศบาลเมืองพินนิคม จังหวัดชลบุรี ยังมุ่งทำงานให้เพื่อก่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ระดับต่ำกว่าสมรรถนะด้านอื่น ดังนั้น ผู้บริหารควรสอดส่องดูแลถึงวิธีการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างสม่ำเสมอ มีการสอนงาน และมอบหมายให้พนักงานเข้ารับการอบรมเกี่ยวกับแนวปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานตรงตามมาตรฐานของงานที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ยังควรสร้างจิตสำนึกในการให้บริการแก่ประชาชนด้วยความรวดเร็ว มีอัธยาศัย และไม่เลือกปฏิบัติ ไม่ใช้เวลา ทรัพย์สิน บุคลากร หรือสิ่งอำนวยความสะดวกของทางราชการไปเพื่อประโยชน์ส่วนตัวหรือผู้อื่น

มีการมอบหมายที่สอดคล้องกับความรู้ ความสามารถ และบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบ รวมถึงการนำสนับสนุนให้พนักงานมีความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อนำมาช่วยในการปฏิบัติงานให้มีความถูกต้อง รวดเร็ว

เอกสารอ้างอิง

กวรรณ บุญญาพูล และธนัท กนกเทศ. (2559). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของบุคลากร สาธารณสุขเพื่อรองรับการเข้าสู่ ประชาคมอาเซียน ในเครือข่ายบริการปฐมภูมิอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก. *วารสารรัชต์ภาคย์*, 15(40), 96-110.

กัญญาภัทร แจ่มแจ่ม. (2558). *การรับรู้ความสามารถของตนเองกาใฝ่รู้ใฝ่ดีและพฤติกรรมจริยธรรม ในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชน (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เครือวัลย์ ไชยสินธุ์. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารกับสมรรถนะของครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาภูเก็ท (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ณัชชามน แสงสุข (2550). *ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองบุคลิกภาพพฤติกรรม การจัดการและความสำเร็จในอาชีพของผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมโครงการพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรม (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ)*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ญาณีภา ลาประวัตติ, พูลพงศ์ สุขสว่าง และกนก พานทอง. (2556). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุการรับรู้ความสามารถของตนเองและเมตต้าคอกนิชันส่งผลต่อความคาดหวังในความสามารถของตนเองและผลของการกระทำของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น. *วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา*, 11(2), 75-85.

- ดรุณี คลีบัวแก้ว. (2554). การรับรู้ความสามารถของตนเองในการปฏิบัติงานและการได้รับการพัฒนาการทำงานเป็นทีมที่พยากรณ์ผลการปฏิบัติงานของพนักงาน : ศึกษาเฉพาะกรณี พนักงานของฝ่ายช่างซ่อมบำรุงอากาศยาน บริษัทการบินไทย จำกัด (มหาชน). (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ดรุณี เงินศรี และ ณีฐพร หลาวทอง. (2552). การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุและผลของการรับรู้ความสามารถของครูมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษารุงเทพมหานคร. วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 4(1), 231-244.
- นพดล เพิ่มสมบุญ. (2552). ปัจจัยด้านการสอนงานและการรับรู้ความสามารถของตนเองที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายรถยนต์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- นิศรา หงษา และสุรศักดิ์ ชะมารัมย์. (2560). ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่มีผลต่อการพัฒนาองค์การ: การก้าวเป็นองค์การที่มีสมรรถนะสูงของสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอในเขตจังหวัดร้อยเอ็ด. วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม, 7(2), 64-79.
- ปราณี ใจบุญ. (2561). การรับรู้ความสามารถของตนเอง ความต้องการภายใน ความสนใจ และเป้าหมายการสอนที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการสอนของครู (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พัชรพร ไชยรักษ์ และ อวยพร เรืองตระกูล. (2556). โมเดลเชิงสาเหตุของความสำเร็จในวิชาชีพครูที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ การรับรู้ความสามารถของตนเองในวิชาชีพและความผูกพันในวิชาชีพ เป็นตัวแปรส่งผ่าน. วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 8(1), 1251-1256.
- พัศกร แนวปรานีต, พูลพงศ์ สุขสว่าง และสุชาติดา กรเพชรปานี. (2556). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเองกับความเหนื่อยล้าในการปฏิบัติของอาจารย์ โรงเรียนสาธิต ในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา. วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา, 11(1), 102-111.
- พิเชษฐ พุ่มแจ่ม, สุพิมพ์ ศรีพันธ์วรกุล และพูลพงศ์ สุขสว่าง. (2555). โมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความเครียดในการปฏิบัติงานของครูและการรับรู้ความสามารถของกลุ่มครูที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในงานของครู. วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา, 10(1), 67-79.
- ภริดา พุ่มพงษ์. (2551). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถในตนเอง คุณลักษณะงานความพึงพอใจในงาน กับผลการปฏิบัติงานของลูกจ้าง คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- รสสุคนธ์ วีระเสถียร. (2553). ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ความสามารถของตนเอง ภาวะผู้นำความ

- เหนียวแน่นภายในกลุ่มกับผลปฏิบัติงานของผู้บังคับบัญชา บริษัทเอ็นเอ็น-มีนี่แบไทย จำกัด (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วไลกรณ์ แก้วคำ และสิริพันธุ์ สุวรรณมรรคา. (2554). การวิเคราะห์ความเชื่ออำนาจในตน การรับรู้ความสามารถของตน และการเห็นคุณค่าในตนเองของครูตามโมเดลวงจรวิชาชีพครู: การวิจัยผสมผสานวิธี. วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 6(2), 253-267.
- วิชุดา น้อยนวล, สุธาดา กรเพชรปาณี และเจริญวิชัย สมพงษ์ธรรม. (2552). ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ความสามารถของกลุ่มครู: การวิเคราะห์โมเดลลดหลั่น 2 ระดับ. วิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา, 6(2), 112-125.
- วัฒน์มาศ ปันแดง. (2550). ผลของการรับรู้ความสามารถของตนเองและการกำหนดเป้าหมายที่มีต่อผลการทำงานของพนักงานในโรงงานผลิตกางเกงยีนส์แห่งหนึ่ง (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศศิวรรณ อินทรวงศ์. (2560). อิทธิพลระหว่างการรับรู้ความสามารถในตนเอง การรับรู้ลักษณะงานที่ตนปฏิบัติและคุณภาพชีวิตที่ดีในการทำงานที่มีต่อผลการปฏิบัติงานของบุคลากรในสถาบันอุดมศึกษากลุ่มใหม่ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- หทัยทิพย์ สีส่วน และอวยพร เรืองตระกูล. (2557). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณภาพของกระบวนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพกับความยึดมั่นผูกพันในการทำงานของนิสิตครูโดยมีความเชื่อในความสามารถของตนเป็นตัวแปรส่งผ่าน. วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 9(2), 335-349.
- อรรธมา เนืองพุก. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของพยาบาลหัวหน้าหอผู้ป่วยกับผลลัพธ์ทางการพยาบาล ของโรงพยาบาลสังกัดกองทัพบกส่วนภูมิภาคตามการรับรู้ของพยาบาลหัวหน้าหอผู้ป่วย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- อัมพิกา สุนทรภักดี. (2559). การรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร การรับรู้ความสามารถของตนเองด้านอาชีพ และผลการปฏิบัติงานของพนักงานขายในธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่มแห่งหนึ่งโดยมีความยึดมั่นต่อเป้าหมายเป็นตัวแปรสื่อ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เอนก นรสาร, สำราญ กำจัดภัย และ พจมาน ชำนาญกิจ. (2559). การพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้โดยบูรณาการแนวคิดการรับรู้ความสามารถตนเองและการกำกับตนเอง เพื่อพัฒนาความสามารถด้านการจัดการเรียนการสอนของครู วิทยาลัยนาหว้า มหาวิทยาลัยนครพนม. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม, 6(1), 106-114.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์พลังงานไฟฟ้า(EV) ที่มีเทคโนโลยีช่วยเหลือการขับขี่ของ ผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานคร

Factors affecting the intention of purchasing electric vehicles (EV) with have assistive driving
technology of Bangkok users

ชวิต ตรีนุมิตร¹ และ อรพรรณ คงมาลัย²

Chawit Trinumitr and Orapan Khongmalai

¹สาขาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กรุงเทพมหานคร 10200 e-mail: jitti5002@gmail.com

²สาขาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

กรุงเทพมหานคร 10200e-mail: orapan@tu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์พลังงานไฟฟ้า(EV) ที่มีเทคโนโลยีช่วยเหลือการขับขี่ รวมไปถึงการเสนอแนวทางในการส่งเสริมการใช้งานรถยนต์ไฟฟ้า โดยงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณโดยมีการใช้แบบสอบถามออนไลน์ในการเก็บข้อมูลมีคำถามแบบปลายเปิด วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) และนำมาวิเคราะห์กรอบแนวคิดสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์พลังงานไฟฟ้า(EV) ประกอบไปด้วย 7 ปัจจัย 19 องค์ประกอบ ดังนี้ ปัจจัยด้านนวัตกรรมและความกังวลด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ ความเป็นนวัตกรรม, ความตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม, ความยินดีที่จะร่วมแก้ปัญหา และทัศนคติ ปัจจัยด้านการตลาด 4'E Marketing ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การแลกเปลี่ยนคุณค่า, การสร้างสาวก, การตอบสนองในทุกที่ และการสร้างประสบการณ์ ปัจจัยด้านเทคโนโลยีช่วยเหลือการขับขี่ ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ เทคโนโลยีด้านความปลอดภัยและเทคโนโลยีที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการขับขี่ ปัจจัยด้านการรับรู้ข้อดีของรถยนต์ไฟฟ้า ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ การรับรู้เกี่ยวกับการประหยัดเงิน, การรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์ และการรับรู้ประโยชน์ในด้านสุขภาพ ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์ของรถยนต์ไฟฟ้า ประกอบด้วย 2 องค์ประกอบ ได้แก่ คุณลักษณะด้านประสิทธิภาพและประโยชน์หรือข้อดี ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ นโยบายด้านสถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า, นโยบายด้านเงินสนับสนุนการซื้อเมื่อซื้อรถยนต์ไฟฟ้า และนโยบายด้านภาษี และปัจจัยความตั้งใจซื้อที่มีเพียงองค์ประกอบ

เดียว โดยผลการวิจัยสามารถนำเสนอแนวทางเพื่อเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการรณรงค์การใช้งานรถยนต์พลังงานไฟฟ้า(EV)ของผู้บริโภคให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง

คำสำคัญ : รถยนต์ไฟฟ้า;เทคโนโลยีช่วยเหลือการขับขี่;ความกังวลด้านสิ่งแวดล้อม;4'E Marketing; นโยบายภาครัฐ

Abstract

The objective of this research was to study the factors affecting the purchase intention of electric vehicles (EV) with assistive driving technology. including to propose guidelines for promoting the use of electric vehicles This research is a quantitative research using online questionnaires to collect closed-ended questions. Exploratory Factor Analysis (EFA) and analyzing the conceptual framework of structural equations (Structural Equation Modeling: SEM). The results of the analysis revealed that the factors affecting the purchase intention of electric vehicles (EVs) consisted of 7 factors and 19 elements as follows: Innovation factor and environmental concerns consisted of 4 components as follows: Innovation, environmental awareness, willingness to work together to solve problems and attitudes. Marketing factors 4'E Marketing consists of 4 components: value exchange, discipleship, response everywhere. and creating experiences Driving assistance technology consists of two components: safety technology and technology that facilitates driving. The perception of the advantages of electric vehicles consists of three components: perception of saving money, perception of image. and perceived health benefits The perceived benefits of electric vehicles are comprised of two components: performance characteristics and benefits or advantages. Government policy factors consist of 3 components, namely, electric vehicle charging station policy, policy on financing purchases when purchasing electric vehicles. and tax policy and the purchase intention factor with only one component The results of the research can present guidelines to be used as a guideline in campaigning for the use of electric vehicles (EV) of consumers to those involved.

Keyword : Electric cars; Driving assistance technology; Environmental concerns; 4'E Marketing; Government policy

บทนำ

ในช่วงที่ผ่านมายอดขายรถยนต์ที่ใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมด (all-electric vehicles) ทั่วโลกเพิ่มขึ้นกว่าเท่าตัวจาก 2 ล้านคันในปี 2563 เป็น 4.5 ล้านคันในปี 2564 ส่งผลให้มีผู้ผลิตรถยนต์จำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ ที่มองว่า รถยนต์ที่ใช้พลังงานไฟฟ้าทั้งหมดคืออนาคตของอุตสาหกรรมรถยนต์ (เฟลิกซ์ คูเนิร์ต หัวหน้าฝ่ายยานยนต์ของพีดับเบิลยูซี เยอรมนี, 2565)

ซึ่งในปี 2564 สมาพันธ์ Zero Emission Vehicle Transition Council มีข้อตกลงเห็นพ้องตรงกันว่า ภายในปี 2583 ผู้ผลิตรถยนต์จะเดินหน้าผลิตและจำหน่ายยานพาหนะที่ปล่อยมลพิษเป็นศูนย์ จากที่ก่อนหน้านี้ได้กดดันให้ผู้ผลิตในตลาดรถยนต์ชั้นนำเตรียมพร้อมรับมือกับแนวทางการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอน ๕ กับภาคการขนส่ง ทั้งนี้ยานยนต์ไฟฟ้า (หรือ EVs) นั้นเป็นเทคโนโลยีระบบส่งกำลังที่มีความสำคัญต่อการช่วยลดการปล่อย CO₂ ในภาคการขนส่ง ภาวะขาดแคลนชิปยังส่งผลกระทบต่อเนื่องกับยอดการผลิตรถยนต์พลังงานไฟฟ้าในปีนี้ แต่การจัดส่งยานยนต์ในกลุ่มนี้จะเติบโตอย่างรวดเร็วเมื่อเล็งเห็นถึงประโยชน์ทั้งต่อสิ่งแวดล้อมและด้านการเงิน เมื่อเปลี่ยนมาใช้พลังงานไฟฟ้า (โจนาธาน ดาเวนพอร์ท ผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยของการ์ทเนอร์, 2564) การ์ทเนอร์คาดว่ารถยนต์ (Cars) จะมีสัดส่วนจัดส่งสูงถึง 95% ของตลาดยานยนต์พลังงานไฟฟ้าทั้งหมดในปี 2565

โดยประเทศจีนและยุโรปตะวันตกมียอดจัดส่งยานยนต์พลังงานไฟฟ้าสูงสุดในปีนี้ ด้วยนโยบายของสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีคำสั่งให้ภายในปี 2573 ผู้ผลิตรถยนต์ต้องผลิตรถยนต์พลังงานไฟฟ้าในสัดส่วน 40% ของยอดจำหน่ายรถยนต์ทั้งหมด รวมถึงการจัดตั้งโรงงานผลิตรถยนต์พลังงานไฟฟ้าขึ้นใหม่ การ์ทเนอร์คาดว่าประเทศจีนจะกลายเป็นผู้นำอันดับ 1 ที่ครองยอดการจัดส่งรถยนต์พลังงานไฟฟ้า โดยมีสัดส่วนราว 46% ของการจัดส่งรถยนต์พลังงานไฟฟ้าทั้งหมดทั่วโลกในปีนี้ โดยมียอดจัดส่งสูงถึง 2.9 ล้านคัน ขณะที่ฝั่งยุโรปตะวันตกจะอยู่ในอันดับที่ 2 ด้วยยอดการจัดส่งที่ 1.9 ล้านคัน และตามมาด้วยอันดับสามคือผู้ผลิตจากอเมริกาเหนือ ที่คาดว่าจะมียอดจัดส่งอยู่ราว 855,300 คันโดยสหภาพยุโรป (EU) ต้องการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) จากการใช้รถยนต์ให้ได้ที่ 55% และรถตู้ที่ 50% ภายในปี 2573 เพื่อกระตุ้นตลาดรถยนต์พลังงานไฟฟ้าในยุโรป จากการที่รัฐบาลในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกหันมาให้ความสำคัญ

ในส่วนของประเทศไทยปัจจุบันกระทรวงพลังงานอยู่ระหว่างรอให้คณะรัฐมนตรีพิจารณาอนุมัติมาตรการสนับสนุนการใช้ยานยนต์ไฟฟ้าประเภทรถยนต์ รถจักรยานยนต์และรถกระบะ โดยรัฐบาลได้วางเป้าว่าภายในปี 2573 จะผลิตรถยนต์ไฟฟ้าร้อยละ 30 ของปริมาณการผลิตรถยนต์ 2.5 ล้านคัน และปี 2583 ยอดขายรถยนต์ไฟฟ้าจะมากกว่ารถยนต์แบบเดิม เช่นเดียวกับสถานีบริการน้ำมันจะหันไปสู่ธุรกิจให้บริการแท่นชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าแทน ขณะที่ค่ายรถยนต์ทุกแห่งต่างหันเข้าสู่สนามการผลิตใหม่กันถ้วนหน้า เห็นได้จากการขอรับการส่งเสริมการลงทุน ทั้งรถยนต์ไฟฟ้าไฮบริด (HEV) รถยนต์ไฟฟ้าปลั๊กอินไฮบริด (PHEV) และรถยนต์ไฟฟ้าแบตเตอรี่ (BEV) โดยค่ายรถยนต์ทั้ง นิสสัน โตโยต้า มาสด้า ฮอนด้า มิตซูบิชิ ออดี

เอ็มจี เมอร์เซเดส-เบนซ์ บีเอ็มดับเบิลยู ที่เห็นแนวโน้มการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ชนิดนี้ คณะกรรมการ นโยบายยานยนต์พลังงานไฟฟ้าแห่งชาติ (บอร์ดEV) มีนโยบายผลิตรถยนต์ไฟฟ้าให้ได้ร้อยละ 100 ในปี 2578 จำนวนรวม 18.41 ล้านคัน ซึ่ง แนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคของคนไทยเช่นกัน

ปัจจุบันมีเทคโนโลยีที่อยู่ในรถยนต์มากมาย โดยผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่ม technology ช่วยเหลือการขับขี่ที่อยู่ในรถยนต์ สามารถแบ่งกลุ่มได้ 2 ประเภทหลักๆ คือ 1.Safety Technology เช่น ระบบควบคุมทิศทางขณะเลี้ยว , ระบบป้องกันการเบรคจนล้อล็อก ABS 2.Convenience Technology หรือเทคโนโลยีช่วยเหลือการขับขี่ เช่น ระบบกล้องมองภาพรอบคัน , ระบบช่วยจอดรถอัตโนมัติ , ระบบควบคุมความเร็วอัตโนมัติ cruise control เช่น ยอดขาย Tesla ทั่วโลกในปี 2021มียอดขายสูงสุดเป็นลำดับที่ 1 สูงถึง 936,172 เนื่องจากมีระบบช่วยเหลือการขับขี่แบบอัตโนมัติทำให้ได้รับความนิยมของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

จากข้อมูลที่น่าเสนอพบว่าปัญหาด้านสภาวะโลกร้อน เนื่องจากมลพิษทางอากาศที่เกิดขึ้นทั่วโลก ทำให้ในต่างประเทศมีการส่งเสริมและสนับสนุนการใช้รถยนต์ไฟฟ้าอย่างแพร่หลายรวมถึงมีการศึกษาวิจัยเพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป การให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด 4E's Marketing เป็นการสร้าง Customer Experience ที่น่าประทับใจให้แก่ผู้บริโภค ทำให้รู้จักตัวเรา รู้จักลูกค้า และเข้าใจลูกค้ามากขึ้น ซึ่งอาจจะเข้าใจในแนวคิดของ Customer Journey คือเข้าใจเส้นทางการรับรู้ของลูกค้า

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์พลังงานสะอาด(EV)ที่มีเทคโนโลยีการช่วยเหลือการขับขี่ ของผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อเสนอแนวทางในการส่งเสริมการใช้รถยนต์พลังงานสะอาด(EV)ที่มีเทคโนโลยีการช่วยเหลือการขับขี่ ของผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานคร ให้แก่ผู้เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในการทำนายและอธิบายการยอมรับเทคโนโลยี ประกอบด้วยปัจจัย 2 ประการคือ การรับรู้ประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี (Perceived Usefulness) และ การรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) ซึ่งจะส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจของแต่ละบุคคลในการใช้เทคโนโลยีใหม่

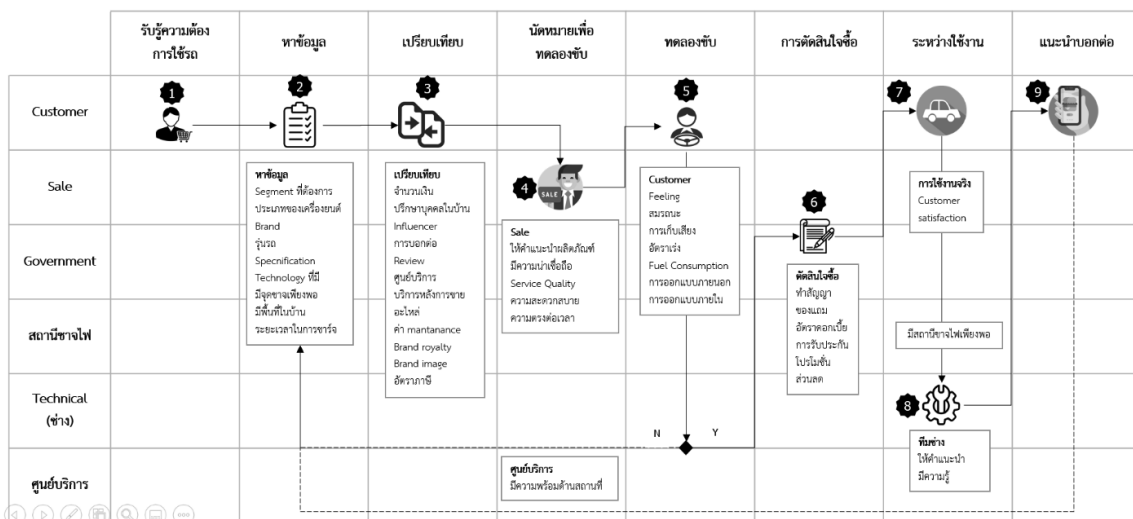
การรับรู้ประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี (Perceived usefulness) คือ ทัศนคติความเชื่อของบุคคลที่มีต่อการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานของบุคคลนั้น (Davis, 1989)เป็นการวิเคราะห์และตระหนักถึงคุณค่าหรือประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการใช้เทคโนโลยีนั้น หากประโยชน์ตรงกับความต้องการจะนำไปสู่การยอมรับและใช้เทคโนโลยีนั้นๆ ต่อไป

การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use) คือ ทศนคติความเชื่อของบุคคลที่มีต่อขั้นตอนการใช้เทคโนโลยีที่เข้าใจง่าย (Davis, 1989) โดยเดวิสได้นิยามคำจำกัดความของความง่าย คือ ง่าย และ ปราศจากความพยายาม

2.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix)

ส่วนประสมทางการตลาด 4Es เป็นแนวคิดทางการตลาดที่ให้ความสำคัญกับการเข้าใจเส้นทางการเดินทางของผู้บริโภคหรือลูกค้า (customer journey) ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ซึ่งผู้บริโภคมักใช้ช่องทางดิจิทัลในการสื่อสารและเข้าถึงข้อมูลและตัวผลิตภัณฑ์ Brian Fetherstonhaugh ได้นำเสนอชุดเครื่องมือทางการตลาดแบบใหม่ขึ้นที่เหมาะสมกับบริบทในปัจจุบันเพื่อเป็นแนวทางในการทำการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพขึ้น (Konhäusner et al., 2021) โดยแนวคิดทางการตลาด 4Es ประกอบด้วย การสร้างประสบการณ์ (experience) เป็นการนำเสนอประสบการณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความต้องการของผู้บริโภค การแลกเปลี่ยนคุณค่า (exchange) เป็นการนำเสนอคุณค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคยินดีแลกเปลี่ยนด้วยสิ่งอื่นที่มีมูลค่าเทียบเคียงกัน การตอบสนองในทุกที่ (everyplace) เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางที่หลากหลายเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ทุกที่ทุกเวลาตามที่ต้องการ และการสร้างสาวก (evangelism) เป็นการสร้างให้ผู้บริโภคเกิดความหลงใหลจนกลายมาเป็นสาวกที่จะช่วยบอกต่อหรือชักชวนให้ผู้อื่นเข้ามาใช้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้นำองค์ประกอบทั้ง 4 ด้านมาใช้ในการวิเคราะห์พร้อมด้วย โดยกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค ในปัจจุบันมีดังนี้

กระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค (Customer Journey)



ภาพที่ 1 กระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (Customer Journey)

ที่มา : จากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยผู้เขียน, (2564)

1.การรับรู้ความต้องการใช้รถ (Need recognition) เป็นการรับรู้ความต้องการหรือความจำเป็นต่าง ๆ ซึ่งความต้องการหรือความจำเป็นนั้นได้รับอิทธิพลมาจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ปัจจัยด้านคุณลักษณะเด่นของรถยนต์ รวมไปถึงปัจจัยความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมของผู้ซื้อ ซึ่ง

ปัจจัยที่ได้กล่าวมาจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้บุคคลนั้นรับรู้ความต้องการได้จากนั้นจึงนำความต้องการดังกล่าวไปเป็นตัวกำหนดความต้องการที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น ๆ

2. การหาข้อมูล (Information Research) เป็นกระบวนการหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อนำมาใช้ในการประเมินทางเลือกโดยผู้บริโภคสามารถหาข้อมูลได้จากหลายแหล่งข้อมูลไม่ว่าจะเป็น แหล่งข้อมูลส่วนบุคคล แหล่งข้อมูลทางการค้า หรือแหล่งข้อมูลทางสาธารณะ หรือข้อมูลออนไลน์ต่างๆ และวิวิจจากผู้ใช้งานจริง หรือนักทดสอบรถ เป็นต้น

3. การเปรียบเทียบหรือประเมินทางเลือก (Estimated of Alternative) เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นหลังจากการหาข้อมูลจากหลายๆแหล่งข้อมูล โดยอาจจะเป็นการประเมินทางเลือกผ่าน ราคาสินค้า ราคาการออกแบบ บริการหลังการขาย เป็นต้น

4. การนัดหมายเพื่อทดลองขับ เป็นกระบวนการที่ผู้ซื้อทำการนัดหมายแก่ผู้ขาย (sale) หรือศูนย์บริการเพื่อวางแผนการเดินทางเข้าไปทดลองขับ หรือสัมผัสกับสินค้าจริง

5. การทดลองขับ เป็นกระบวนการที่ผู้ซื้อจะได้สัมผัสกับประสบการณ์จริงในการใช้งานรถยนต์คันที่ตนสนใจ เป็นโอกาสที่จะได้ทดลองใช้ฟังก์ชันต่างๆของรถยนต์

6. การตัดสินใจซื้อ (Decision) การตัดสินใจซื้อจะนำมาซึ่งการชำระเงินของผู้บริโภคโดยหากผู้บริโภคที่มีจำนวนเงินเพียงพอก็สามารถจ่ายได้ทันทีแต่ถ้าหากไม่เพียงพออาจต้องมีการกู้ยืมจากสถาบันทางการเงิน

7. การใช้งานจริง เป็นกระบวนการที่ผู้ใช้งานได้ขับรถยนต์ที่ตนเองตัดสินใจซื้อในชีวิตประจำวัน จะมีกระบวนการนำรถเข้าศูนย์บริการเพื่อเช็คระยะ หรือสอบถามข้อมูลทางเทคนิคต่างๆจากผู้เชี่ยวชาญ

8. การแนะนำบอกต่อ คือกระบวนการที่ผู้ใช้งานรถยนต์ในชีวิตประจำวันแล้ว จะพบกับจุดเด่นและจุดด้อยต่างๆ หรือข้อมูลข้อควรระวังของตัวรถเพื่อบอกต่อแก่ผู้ที่สนใจ

โดยการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis: EFA) เป็นเทคนิควิธีการทางสถิติที่มีจุดประสงค์คือ จัดกลุ่มตัวแปรที่มีมาตรวจวัดอยู่ในมาตราอันตรภาค (Interval Scale) หรือ มาตราวัดอัตราส่วน (Ratio Scale) ที่มีความสัมพันธ์กันไว้กลุ่มเดียวกันส่วนตัวแปรใดที่ไม่สามารถจัดเข้ากลุ่มใดได้ จะถูกถอดออกไปจากงานวิจัย การวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสำรวจถือว่าเป็นวิธีการทางสถิติขั้นตอนแรกของกระบวนการพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้าง (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2560)

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์ในเชิงวิชาการเพื่อขยายผลการศึกษาค้นคว้าวิจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV) ที่มีเทคโนโลยีช่วยเหลือการขับขี่ของผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานคร

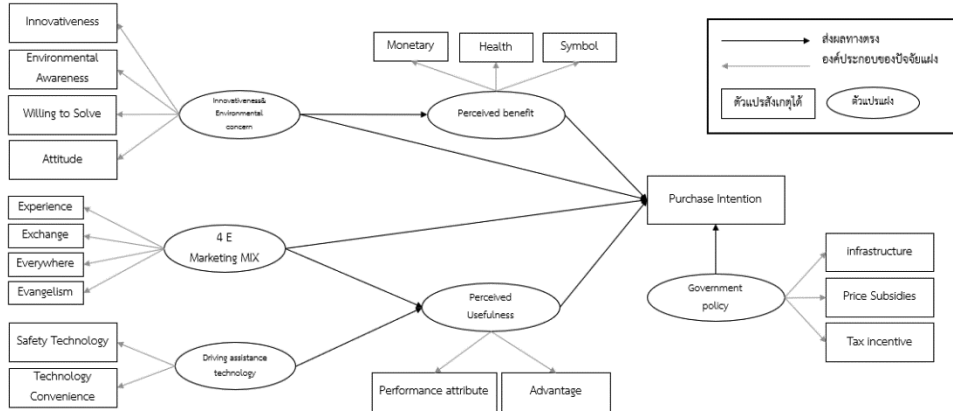
2. ประโยชน์ในเชิงบริหารเพื่อนำไปเป็นแนวทางในด้านการใช้งานรถยนต์พลังงานไฟฟ้า (EV) ของผู้บริโภคให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง

ระเบียบวิธีวิจัย

1. กรอบแนวคิดงานวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้กรอบแนวคิดงานวิจัยดัง

ภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดงานวิจัย

ที่มา: ผู้วิจัย, (2564)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาคั้งนี้ คือ กลุ่มผู้มีประสบการณ์การใช้รถยนต์และผู้ที่กำลังตัดสินใจใช้รถยนต์ภายในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2505 - 2542 มีอายุระหว่าง 23 - 60 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มประชากรที่อยู่ในช่วงวัยทำงานซึ่งมีกำลังในการซื้อรถยนต์มากที่สุด ซึ่งผู้ที่มีประสบการณ์ในการขับรถยนต์นั้นจะมีข้อสังเกตต่างๆในการตัดสินใจซื้อในอนาคต และกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ปริมณฑล โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี maximum likelihoods ที่ควรมีกกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย 20 เท่าของตัวแปรสังเกตได้ (Lindeman et al., 1980 อ้างถึงใน อรพรรณ คงมาลัย และ อัญญิฐา ดิษฐานนท์, 2562) ซึ่งการศึกษาคั้งนี้มีตัวแปรสังเกตได้จำนวน 19 ตัว ควรมีกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 380 โดยแบบสอบถามที่ได้รับกลับมานั้นถูกจัดส่งไปตาม community ต่างๆของ platform online เช่น facebook group, Line

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

แบบสอบถามคำถามแบบปลายปิด (closed-end questionnaire) ประกอบด้วย 2 ส่วน ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม และส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ศึกษาโดยมีทางเลือกคำตอบตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (likert scale) 5 ระดับคะแนน

4. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

แบบสอบถามที่พัฒนาเสร็จแล้วได้ถูกนำไปทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) เพื่อให้มั่นใจว่าแบบสอบถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์และตัวแปรสังเกตได้ โดยให้คณะผู้เชี่ยวชาญจำนวน ท่านประเมินข้อคำถามและนำมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (index of item objective congruence: IOC) ผลการทดสอบข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.86 ถึง 1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ควรมากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 (สุรพงษ์ คงสัตย์ และ ธีรชาติ ธรรมวงศ์, 2558) จากนั้นทดสอบความน่าเชื่อถือ (reliability) เพื่อให้มั่นใจว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างเบื้องต้น 30 ตัวอย่างและนำมาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha โดยองค์ประกอบของแต่ละปัจจัยทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha อยู่ระหว่าง 0.600 ถึง 1.000 และปัจจัยที่ศึกษาทุกตัวมีค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha อยู่ระหว่าง 0.7 ถึง 0.945 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ที่ควรมากกว่าหรือเท่ากับ 0.70 (Nunnally, 1978)

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบสอบถามถูกนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผ่านช่องทางออนไลน์รูปแบบ google forms ในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2565 และได้รับแบบสอบถามที่มีข้อมูลครบถ้วนกลับมาจำนวน 384 ตัวอย่าง

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามถูกนำไปใช้วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (exploratory factor analysis: EFA) โดยใช้โปรแกรม IBM SPSS statistics version 26 โดยผู้วิจัยมีสิทธิ์ในการใช้ Software อย่างถูกต้อง เพื่อวิเคราะห์หาองค์ประกอบร่วม (common factor) และจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ (อรรถไกร พันธุ์ภักดี, 2559) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลนำมาศึกษาว่าองค์ประกอบร่วมที่จะสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยการจัดกลุ่มตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กันเป็นกลุ่มเดียวกัน จากนั้นนำผลที่ได้มาทำการสรุปผลวิจัย และนำผลที่ได้ไปสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเสนอแนวทางเพิ่มเติม

ผลการศึกษา

ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรที่เป็นผู้มีประสบการณ์การใช้รถยนต์และผู้ที่กำลังตัดสินใจใช้รถยนต์ภายในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2505 - 2542 มีอายุระหว่าง 23 - 60 ปีโดยทำการแจกแบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา(Descriptive Statistic)ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 384 คน โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 50.78 โดยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 26-41 ปี(Gen Y) จำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ 61.98 ระดับ

การศึกษา ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 262 คน คิดเป็นร้อยละ 68.23 อาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 71.09 รายได้ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 20,001 – 50,000 บาท จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 50.78 ประสบการณ์ในการขับรถยนต์ส่วนใหญ่มากกว่า 5 ปี จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 69.27

การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) ใช้วิธีการสกัดองค์ประกอบด้วยวิธี Principal Components และการหมุนแกนด้วยวิธี Varimax และกำหนดเกณฑ์การทดสอบความเหมาะสมของข้อมูล ได้แก่ สถิติทดสอบ Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy (KMO) ควรมากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 (Field, 2017) และสถิติทดสอบ Bartlett's test of sphericity ควรมีค่า p-value (Sig.) น้อยกว่าระดับนัยสำคัญ 0.05 (Hair et al., 2010) ซึ่งจะถือว่ามีความเพียงพอต่อการใช้วิธี EFA และเกณฑ์การวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม ได้แก่ สถิติความแปรปรวนสะสม (cumulative percentage of variance explained) ควรมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 60.00 ซึ่งจะถือว่าองค์ประกอบใหม่สามารถอธิบายองค์ประกอบโดยรวมได้เพียงพอ ค่าสถิติความร่วมกัน (communalities) ที่ใช้วัดความสามารถของตัวแปรในการอธิบายองค์ประกอบร่วม ควรมากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 ซึ่งจะถือว่ามีความเพียงพอ และสถิติน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loadings) ที่ใช้แสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรกับกลุ่มองค์ประกอบ ควรมากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 ซึ่งถือว่ามีความสำคัญในทางปฏิบัติและถูกนำไปใช้เป็นเกณฑ์ในการจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ของตัวแปรด้วย (Hair et al., 2010) โดยผลการทดสอบความเหมาะสมของข้อมูลและผลการวิเคราะห์องค์ประกอบร่วม รวมถึงการจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ของแต่ละปัจจัยเป็นดังนี้

1. ปัจจัยด้านความเป็นนวัตกรรมและความกังวลด้านสิ่งแวดล้อม

ผลการทดสอบความเหมาะสม พบว่าข้อมูลมีความเหมาะสมเพียงพอในการใช้วิธี EFA โดยสถิติ KMO มีค่าเท่ากับ 0.821 และสถิติ Bartlett's test มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบร่วม พบว่าปัจจัยด้านความเป็นนวัตกรรมและความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมสามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ได้เป็น 3 กลุ่มจากเดิมที่มี 4 กลุ่ม โดยมีค่าความแปรปรวนสะสม (cumulative variance explained) เท่ากับร้อยละ 70.33 ค่าสถิติความร่วมกัน (communalities) อยู่ระหว่าง 0.52 ถึง 0.875 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loadings) อยู่ระหว่าง 0.539 ถึง 0.910 ซึ่งองค์ประกอบใหม่ 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

กลุ่มด้านความเป็นนวัตกรรม(Innovativeness)&ทัศนคติ(Attitude) ที่เกิดจากการรวมองค์ประกอบเดิมในด้านความเป็นนวัตกรรม และด้านทัศนคติ มีค่าความแปรปรวน (variance explained) เท่ากับร้อยละ 25.65

กลุ่มด้านความตระหนักถึงสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค (Environmental Awareness) มีค่าความแปรปรวน (variance explained) เท่ากับร้อยละ 23.27

กลุ่มด้านความยินดีที่จะร่วมแก้ปัญหา (Willing to Solve) มีค่าความแปรปรวน (variance explained) เท่ากับร้อยละ 21.40

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4E

ผลการทดสอบความเหมาะสม พบว่าข้อมูลมีความเหมาะสมเพียงพอในการใช้วิธี EFA โดยสถิติ KMO มีค่าเท่ากับ 0.865 และสถิติ Bartlett's test มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบร่วม พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Es สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ได้เป็น 3 กลุ่มจากเดิมที่มี 4 กลุ่ม โดยมีค่าความแปรปรวนสะสม (cumulative variance explained) เท่ากับร้อยละ 69.37 ค่าสถิติความร่วมกัน (communalities) อยู่ระหว่าง 0.578 ถึง 0.800 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loadings) อยู่ระหว่าง 0.568 ถึง 0.837 ซึ่งองค์ประกอบใหม่ 3 กลุ่ม ประกอบด้วย

กลุ่มด้านการสร้างประสบการณ์(Experience)&การสร้างสาวก(Evangelism) มีค่าความแปรปรวน (variance explained) เท่ากับร้อยละ 26.95

กลุ่มด้านการแลกเปลี่ยนคุณค่า(Exchange) มีค่าความแปรปรวน (variance explained) เท่ากับร้อยละ 22.51

กลุ่มด้านการตอบสนองในทุกที่(Everywhere) มีค่าความแปรปรวน (variance explained) เท่ากับร้อยละ 19.91

3. ปัจจัยเทคโนโลยีช่วยเหลือการขับขี่

ผลการทดสอบความเหมาะสม พบว่าข้อมูลมีความเหมาะสมเพียงพอในการใช้วิธี EFA โดยสถิติ KMO มีค่าเท่ากับ 0.821 และสถิติ Bartlett's test มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบร่วม พบว่าปัจจัยเทคโนโลยีช่วยเหลือการขับขี่ สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ได้เป็น 1 กลุ่มจากเดิมที่มี 2 กลุ่ม โดยมีค่าความแปรปรวนสะสม (cumulative variance explained) เท่ากับร้อยละ 70.31 ค่าสถิติความร่วมกัน (communalities) อยู่ระหว่าง 0.665 ถึง 0.752 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loadings) อยู่ระหว่าง 0.815 ถึง 0.867 ซึ่งองค์ประกอบใหม่ประกอบด้วย

กลุ่มด้านเทคโนโลยีด้านความปลอดภัย(Safety Technology)&เทคโนโลยีที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการขับขี่(Technology Convenience) มีค่าความแปรปรวน (variance explained) เท่ากับร้อยละ 70.31

4. ปัจจัยด้าน Perceived benefit

ผลการทดสอบความเหมาะสม พบว่าข้อมูลมีความเหมาะสมเพียงพอในการใช้วิธี EFA โดยสถิติ KMO มีค่าเท่ากับ 0.717 และสถิติ Bartlett's test มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบร่วม พบว่าปัจจัยด้าน Perceived benefit สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ได้เป็น 2 กลุ่มจากเดิมที่มี 3 กลุ่ม โดยมีค่าความแปรปรวนสะสม (cumulative variance explained) เท่ากับร้อยละ 75.73 ค่าสถิติความร่วมกัน (communalities) อยู่ระหว่าง 0.628 ถึง 0.868 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loadings) อยู่ระหว่าง 0.684 ถึง 0.924 ซึ่งองค์ประกอบใหม่ประกอบด้วย

กลุ่มด้านการรับรู้เกี่ยวกับการประหยัดเงิน(Monetary) มีค่าความแปรปรวน (variance explained) เท่ากับร้อยละ 39.04

กลุ่มด้านการรับรู้เกี่ยวกับภาพลักษณ์(Symbol)&การรับรู้ประโยชน์ในด้านสุขภาพ(Health) มีค่าความแปรปรวน (variance explained) เท่ากับร้อยละ 36.69

5. ปัจจัยด้าน Perceived usefulness

ผลการทดสอบความเหมาะสม พบว่าข้อมูลมีความเหมาะสมเพียงพอในการใช้วิธี EFA โดยสถิติ KMO มีค่าเท่ากับ 0.747 และสถิติ Bartlett's test มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบร่วม พบว่าปัจจัยด้าน Perceived usefulness สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ได้เป็น 2 กลุ่มจากเดิมที่มี 2 กลุ่ม โดยมีค่าความแปรปรวนสะสม (cumulative variance explained) เท่ากับร้อยละ 77.54 ค่าสถิติความร่วมกัน (communalities) อยู่ระหว่าง 0.674 ถึง 0.873 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loadings) อยู่ระหว่าง 0.722 ถึง 0.912 ซึ่งองค์ประกอบใหม่ประกอบด้วย

กลุ่มด้านคุณลักษณะด้านประสิทธิภาพ(Performance attribute) มีค่าความแปรปรวน (variance explained) เท่ากับร้อยละ 42.21

กลุ่มด้านประโยชน์หรือข้อดี(Advantage) มีค่าความแปรปรวน (variance explained) เท่ากับร้อยละ 35.27

6. ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ

ผลการทดสอบความเหมาะสม พบว่าข้อมูลมีความเหมาะสมเพียงพอในการใช้วิธี EFA โดยสถิติ KMO มีค่าเท่ากับ 0.777 และสถิติ Bartlett's test มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบร่วม พบว่าปัจจัยด้าน นโยบายภาครัฐ สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ได้เป็น 1 กลุ่มจากเดิมที่มี 3 กลุ่ม โดยมีค่าความแปรปรวนสะสม (cumulative variance explained) เท่ากับร้อยละ 79.41 ค่าสถิติความร่วมกัน (communalities) อยู่ระหว่าง 0.710 ถึง 0.876 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loadings) อยู่ระหว่าง 0.843 ถึง 0.936 ซึ่งองค์ประกอบใหม่ประกอบด้วย

กลุ่มด้านคุณลักษณะด้านโครงสร้างพื้นฐาน&เงินอุดหนุน&สิทธิประโยชน์ทางภาษี มีค่าความแปรปรวน (variance explained) เท่ากับร้อยละ 79.41

7. ปัจจัยด้านความตั้งใจซื้อ(Purchase Intention)

ผลการทดสอบความเหมาะสม พบว่าข้อมูลมีความเหมาะสมเพียงพอในการใช้วิธี EFA โดยสถิติ KMO มีค่าเท่ากับ 0.706 และสถิติ Bartlett's test มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และผลการจัดกลุ่มองค์ประกอบร่วม พบว่าปัจจัยด้าน นโยบายภาครัฐ สามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบใหม่ได้เป็น 1 กลุ่มจากเดิมที่มี 1 กลุ่ม โดยมีค่าความแปรปรวนสะสม (cumulative variance explained) เท่ากับร้อยละ 79.41 ค่าสถิติความร่วมกัน (communalities) อยู่ระหว่าง 0.710 ถึง 0.876 และค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (factor loadings) อยู่ระหว่าง 0.843 ถึง 0.936 ซึ่งองค์ประกอบใหม่ประกอบด้วย

กลุ่มด้านคุณลักษณะด้านโครงสร้างพื้นฐาน&เงินอุดหนุน&สิทธิประโยชน์ทางภาษี มีค่าความแปรปรวน (variance explained) เท่ากับร้อยละ 80.15

การวิเคราะห์กรอบแนวความคิดงานวิจัยด้วยสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) แบบจำลองในงานวิจัยนี้ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์แบบจำลองเชิงโครงสร้างจะต้องมีการพิจารณาความกลมกลืนของแบบจำลองและข้อมูลเชิงประจักษ์ หลังจากนั้นจึงทำการทดสอบสมมติฐานซึ่งในการพิจารณาความกลมกลืนของแบบจำลองและข้อมูลเชิงประจักษ์ได้ใช้ค่าสถิติดังต่อไปนี้

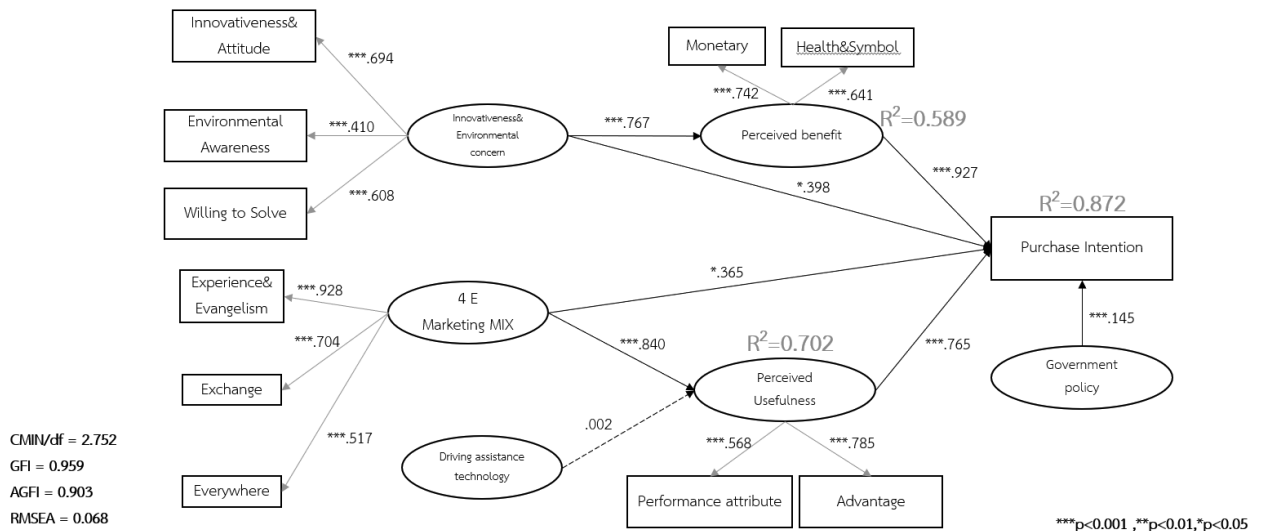
สถิติที่เกี่ยวข้อง (Measurement Indicates)	ค่าสถิติแสดงว่าโมเดล สอดคล้อง (Recommended Value)	ผลที่ได้จากแบบจำลอง SEM	อ้างอิง (References)
1.) ค่าไคลสแควร์สัมพันธ์ (Relative Chi-square : CMIN/DF)	< 3	2.752 	Schumacker & Lomax, 2010
2.) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง Goodness Fit Index (GFI)	> 0.90	0.959 	Schumacker & Lomax, 2010
3.) ค่าดัชนีวัดระดับความสอดคล้องที่ปรับแก้แล้ว Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI)	> 0.90	0.903 	Schumacker & Lomax, 2010
4.) ค่าดัชนีรากของค่าเฉลี่ยกำลังสองของการประมาณค่าความคลาดเคลื่อน Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)	< 0.08	0.068 	Schumacker & Lomax, 2010

ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวความคิดของงานวิจัยและสมมติฐานที่ได้จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) มาวิเคราะห์กรอบแนวความคิดสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อยืนยันกรอบแนวความคิดสมการเชิงโครงสร้างว่ามีความน่าเชื่อถือหรือไม่ โดยพิจารณาจากระดับนัยสำคัญจากค่า p-value ที่ควรมีค่าต่ำกว่า 0.05 และค่าน้ำหนักสัมพัทธ์มาตรฐาน (Standardized Regression Weights) ที่น้อยกว่า 1.00 ผลจากการปรับกรอบแนวความคิดโดยโปรแกรมทางสถิติขั้นสูง (AMOS) สามารถนำมาแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้ค่าสัมพัทธ์ระหว่างตัวแปรดังนี้

ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร	ค่าน้ำหนักสัมพัทธ์มาตรฐาน	P-value	Sig
PU ← M_DAT	.002	.979	N
PU ← 4E	.840	***	Y
PB ← Inno&Envi	.767	***	Y
M_Inno&Atti ← Inno&Envi	.694	***	Y
M_Envi ← Inno&Envi	.410	***	Y
M_Will ← Inno&Envi	.608	***	Y
M_ExEv ← 4E	.928	***	Y
M_Exch ← 4E	.704	***	Y
M_Ever ← 4E	.517	***	Y
M_Perf ← PU	.568	***	Y
M_Adv ← PU	.785	***	Y
M_Mone ← PB	.742	***	Y
M_HeSy ← PB	.641	***	Y
M_PI ← 4E	.365	.049	Y
M_PI ← Inno&Envi	.398	.002	Y
M_PI ← PB	.927	***	Y
M_PI ← M_GOV	.145	***	Y
M_PI ← PU	.765	***	Y

***p<0.001, **p<0.01, *p<0.05

จากผลการวิเคราะห์ SEM จึงได้ Model ที่เหมาะสมที่สุดดังภาพ



จะเห็นว่ามีเพียง Driving Assist Tech ที่ส่งผลต่อ PU เพียงปัจจัยเดียวที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัย innovativeness&Environmental concern ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ Innovativeness&Attitude โดยมีค่าน้ำหนักอยู่ที่ .69 ปัจจัย กลุ่ม 4'E ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ Experience&Evangelism โดยมีค่าน้ำหนักอยู่ที่ .92 Perceived benefit ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ monetary โดยมีค่าน้ำหนักอยู่ที่ .72 Perceived useful ตัวแปรที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุดคือ Advantage โดยมีค่าน้ำหนักอยู่ที่ .78 และ innovativeness&Environmental concern สามารถอธิบาย Perceived benefit ได้ร้อยละ 58 4'E และ Driving Assistance Technology สามารถอธิบาย Perceived useful ได้ร้อยละ 70 GOV, innovativeness&Environmental concern, 4E, Driving Assistance Technology, PU, PB สามารถอธิบาย purchase intension ได้ร้อยละ 87

สรุปผล

จากผลการศึกษาและวิจัยในเรื่องของ“ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์พลังงานไฟฟ้า(EV)ที่มีเทคโนโลยีช่วยเหลือการขับขี่ของผู้ใช้งานในกรุงเทพมหานครมลง”ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ผลการวิจัยบนพื้นฐานทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเปรียบเทียบทางวิชาการและทำการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญที่มีส่วนเกี่ยวข้องในงานวิจัยนี้โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อเสนอแนะปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์พลังงานไฟฟ้า(EV)ตามวัตถุประสงค์งานวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านความเป็นนวัตกรรมและความกังวลด้านสิ่งแวดล้อม

(Innovativeness&Environmental concern) ในปัจจัยนี้ประกอบด้วยเรื่องของการเป็นบุคคลที่รู้จักและกล้าทดลองใช้นวัตกรรม และยินดีที่จะซื้อรถยนต์ที่มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ โดยไม่มีปัญหาด้านงบประมาณ และเป็นผู้ที่ตระหนักรู้ถึงปัญหามลภาวะทางอากาศ สาเหตุและผลกระทบที่เกิดขึ้นซึ่งมีความยินดีที่จะร่วมแก้ปัญหา โดยมีความรู้ความเข้าใจ การแสดงความรู้สึกต่อการใช้รถยนต์ไฟฟ้า และความตั้งใจที่จะทดลองใช้รถยนต์ไฟฟ้า เช่นจากผลงานวิจัยที่ว่าผู้บริโภคในปัจจุบันตระหนักรู้ว่ามลพิษทางอากาศ เช่น ปัญหาฝุ่น PM2.5 มีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้น ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ Daziano & Bolduc (2013)พบว่า ความกังวลต่อ

สิ่งแวดล้อมส่วนบุคคลจะส่งผลต่อการจ่ายเงินเพื่อซื้อยานยนต์ที่ปล่อยมลภาวะต่ำ ยานยนต์ที่ปล่อยมลภาวะต่ำ ผู้บริโภคที่มีความกังวลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม (Environmentally Concerned Consumer)

2. ปัจจัยทางด้านส่วนผสมทางการตลาด (4E Marketing Mix) ในปัจจัยนี้ประกอบด้วยเรื่อง การแนะนำหรือแสดงให้ผู้บริโภคเห็นถึงประสบการณ์ที่ยอดเยียมที่จะได้รับการจากใช้สินค้า การแลกเปลี่ยนตัวเงินที่ผู้บริโภคจ่ายกับคุณค่าของสินค้าที่ธุรกิจผลิตขึ้น การที่ผู้บริโภคเข้าถึงผู้ขายหรือผู้ให้บริการได้ทุกที่ทุกเวลา โดยผู้บริโภคจะสืบเสาะเข้าหาด้วยตัวเอง และการสร้างให้ผู้บริโภคเกิดความหลงใหลในแบรนด์จนกลายเป็นสาวกและเริ่มชักชวนให้คนอื่นมาชื่นชอบในแบรนด์เช่นเดียวกับตน จากผลงานวิจัยชี้ว่าการประหยัดค่าเชื้อเพลิงจากการใช้รถยนต์ไฟฟ้า ทำให้มีความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายออกไปทำให้ผู้บริโภครู้สึกคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้รับ และช่องทางในการการซื้อรถยนต์ไฟฟ้าได้หลากหลายช่องทาง ทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าหรือบริการได้ดียิ่งขึ้น เช่น ช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ (Epuran, Ivasciuc, & Micu, 2015) ในปัจจุบันเป็นยุค 4.0 ที่เป็นยุคดิจิทัล เข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมาก จึงทำให้มีการพัฒนาแนวคิดขึ้นมาเป็น 4Es ทำให้มีส่วนช่วยให้เพิ่มแรงจูงใจและการตัดสินใจที่จะซื้อ

3. ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยีช่วยเหลือการขับขี่ (Driving assistance technology) ในปัจจัยนี้ประกอบด้วยเรื่องความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีด้านความปลอดภัยรวมทั้งมีการทดลองใช้งานจริงและการที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญและมีความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการขับขี่ จากผลงานวิจัยชี้ว่าการทดลองขับขี่เพื่อใช้เทคโนโลยีด้านความปลอดภัยเป็นสิ่งจำเป็น และการทดลองใช้เทคโนโลยีที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการขับขี่เป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ (Lee, So-Eun; Kim, Seongcheol, 2017) ได้มีการศึกษาการรับรู้ถึงการควบคุมการใช้งานเทคโนโลยีภายในรถยนต์ของผู้บริโภคเป็นสิ่งจำเป็น

4. ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานรถยนต์ไฟฟ้า (Perceived benefit) ในด้านของการรับรู้ ในปัจจัยนี้ประกอบด้วยรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับประโยชน์ทางการเงินที่จะได้รับการใช้รถยนต์ไฟฟ้า การรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาพลักษณ์จากการใช้รถยนต์ไฟฟ้า การรับรู้ของผู้บริโภคเกี่ยวกับประโยชน์ทางด้านสุขภาพ จากผลงานวิจัยชี้ว่าการใช้รถยนต์ไฟฟ้าทำให้ผู้บริโภคมีภาพลักษณ์เป็นผู้ที่รักสิ่งแวดล้อม และการใช้รถยนต์ไฟฟ้าทำให้ผู้บริโภคมีงบประมาณคงเหลือไปใช้จ่ายในด้านอื่นๆ ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ (Koul & Eydgahi, 2018; Park, Lim & Cho, 2018; Emsenhuber, 2012; ธัญญลักษณ์ พลวัน, สุพรรณษา กุลแก้ว และ ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี, 2557) ความตั้งใจจะใช้เทคโนโลยีพบว่านักวิจัยหลายท่านบอกว่าการรับรู้ถึงประโยชน์เป็นปัจจัยที่สำคัญที่บ่งชี้ถึงการยอมรับเทคโนโลยี หรือความตั้งใจจะใช้เทคโนโลยี โดยปัจจัยด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จะส่งผลทางบวกต่อความตั้งใจจะใช้

5. ปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์หรือข้อดีของรถยนต์ไฟฟ้า (Perceived usefulness) ในปัจจัยนี้ประกอบด้วยรับรู้ประโยชน์ด้านประสิทธิภาพของรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค และการรับรู้ประโยชน์เกี่ยวกับข้อดี ของการใช้งานรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค จากผลงานวิจัยชี้ว่าแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้าใน

ปัจจุบันมีคุณภาพที่สูง คือมีการใช้เวลาในการชาร์จน้อยลง และการใช้รถยนต์ไฟฟ้าสร้างภาระค่าใช้จ่ายที่ลดลงในระยะยาว ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ (Huang and Ge, 2019) ได้ทำการศึกษาปัจจัยการรับรู้และการประเมินคุณลักษณะเฉพาะของรถยนต์ไฟฟ้าส่งผลกระทบต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภค ในการศึกษาของ (Han, Wang, Zhao, & Li, 2017) ได้ทำการศึกษาปัจจัยทางด้านการรับรู้และการพิจารณาถึงคุณลักษณะและประสิทธิภาพของยานพาหนะ เช่น ความน่าเชื่อถือ ความสะดวกสบายในการขับขี่ ระยะทางในการขับขี่ รวมถึงเวลาในการชาร์จไฟฟ้า มีอิทธิพลต่อกระบวนการในการตัดสินใจซื้อหากประสิทธิภาพตรงตามความต้องการที่พวกเขาตั้งใจจะนำมาใช้

6.ปัจจัยด้านนโยบายภาครัฐ (Government policy) ในปัจจัยนี้ประกอบด้วยนโยบายสนับสนุนการเพิ่มสถานีชาร์จ/จุดชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า นโยบายด้านราคาที่จะช่วยสนับสนุนให้ประชาชนใช้รถยนต์ไฟฟ้า และนโยบายด้านภาษีที่จะช่วยสนับสนุนให้ประชาชนใช้รถยนต์ไฟฟ้า จากผลงานวิจัยที่ว่านโยบายสนับสนุนเงินช่วยเหลือสำหรับค่าชาร์จไฟฟ้า และนโยบายสนับสนุนส่วนลดเงินสดสำหรับการซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ (Lixu Li et al. 2013) ทำการศึกษาส่วนประสมด้านนโยบายที่ส่งผลการใช้รถยนต์ไฟฟ้ามาใช้งาน

7.ปัจจัยด้านความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) ในปัจจัยนี้ประกอบด้วยความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค โดยผู้ซื้อจะต้องเข้าไปดูโมเดล ฟังก์ชันการใช้งาน และประสิทธิภาพของรถไฟฟ้า จากผลงานวิจัยที่ว่าตั้งใจที่จะใช้รถยนต์ไฟฟ้า และผู้บริโภคในปัจจุบันมีการวางแผนที่จะซื้อรถยนต์ไฟฟ้ามาใช้งานในอนาคต ซึ่งตรงกับงานวิจัยของ (He, Zhan, and Hu 2018) กล่าวว่า ความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมมาจากปัจจัยในหลายๆด้าน และ (Ng, Law, and Zhang 2018) กล่าวว่า การรับรู้พฤติกรรมของผู้บริโภคมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น ราคาเป็นคุณลักษณะที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อหากราคาของผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสูงเกินไปผู้บริโภคอาจเลือกใช้ผลิตภัณฑ์แบบเดิม

ภาครัฐควรมีนโยบายเงินสนับสนุนกรณีซื้อรถยนต์ไฟฟ้า, การใช้แท่นชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าในที่สาธารณะฟรี, นโยบายฟรีค่าทางด่วน, การยกเว้นภาษีการจดทะเบียนรถใหม่ และลดภาษีรถยนต์รายปีสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า

ผู้จัดจำหน่ายควรเปิดโอกาสให้ผู้บริโภค หรือผู้ที่สนใจได้ทดลองขับ หรือสัมผัสรถยนต์คันจริง สนับสนุนบริการหลังการขายที่จูงใจผู้บริโภค เช่น มีการรับประกัน, การให้บริการของศูนย์บริการ การมีการช่วยเหลือตลอด 24 ชั่วโมงกรณีรถมีปัญหา, มีทีมสำหรับปรึกษาการใช้งานโดยเฉพาะทาง มีรายละเอียดของตัวรถที่เป็นรูปธรรม เช่น บอกซ์ตราการบริโภค eco sticker, ตารางค่าบำรุงรักษา เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษารั้วนี้มีอยู่ภายใต้ข้อจำกัดในด้านของพื้นที่ โดยผู้วิจัยมุ่งเน้นเก็บข้อมูลเฉพาะผู้ที่อยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล ที่เกิดในช่วง พ.ศ. 2505 - 2542 มีอายุระหว่าง 23 - 60 ปี ซึ่งอาจส่งผล

ต่อการตอบแบบสอบถาม และการศึกษาวิจัยในครั้งนี้อยู่ภายใต้ข้อจำกัดเรื่องระยะเวลาและการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามเพียงอย่างเดียว ซึ่งอาจส่งผลให้เก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ไม่ครบถ้วน ในภายภาคหน้าอาจขยายผลไปยังทั่วประเทศ และครอบคลุมทุกช่วงอายุจึงควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในมุมมองหรือบริบทที่แตกต่างออกไป

เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2552). การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (SEM) ด้วย AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.
- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2565). PwC เผยยอดขายรถยนต์ไฟฟ้าทั่วโลกพุ่งกว่าเท่าตัวในปี 2564. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/world/986057>
- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2565). รถยนต์ไฟฟ้ายอดพุ่ง 6 ล้านคัน - มาตรการ 'หนุน' รถยนต์ ไฟฟ้า สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/986299>
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2560). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยSPSSและAMOS (พิมพ์ครั้งที่17). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ห้างหุ้นส่วนสามัญปิเศษเนสอาร์แอนดีดี.
- ลัดดาวลัย เพชรโรจน์, และอัจฉรา ซานีประศาสน์. (2547). ระเบียบวิธีวิจัย Research Methodology. กรุงเทพฯ: พิมพ์ดีการพิมพ์ จำกัด.
- อรพรรณ คงมาลัย, และอัญญา ดิษฐานนท์. (2561). เทคนิควิจัยด้านการบริหารเทคโนโลยีและนวัตกรรม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Lin, B., & Wu, W. (2018). Why people want to buy electric vehicle: An empirical study in first-tier cities of China. *Energy Policy*, 112, 233-241. doi:10.1016/j.enpol.2017.10.026
- Kim, M.K., Oh, J., Park, J.H., & Joo, C. (2018). Perceived value and adoption intention for electric vehicles in Korea: Moderating effects of environmental traits and government supports. *Energy*, 159, 799-809. doi:10.1016/j.energy.2018.06.064.
- Kotler, P. (1980). *Principles of Marketing*.
- Zhang, X., Bai, X., & Shang, J. (2018). Is subsidized electric vehicles adoption sustainable: Consumers' perceptions and motivation toward incentive policies, environmental benefits, and risks. *Journal of Cleaner Production*, 192, 71-79. doi:10.1016/j.jclepro.2018.04.252
- Davis, F. D., Bagozzi, R. P., & Warshaw, P. R. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982-1003.

- Du, H., Liu, D., Sovacool, B. K., Wang, Y., Ma, S., & Li, R. Y. M. (2018). Who buys New Energy Vehicles in China? Assessing social-psychological predictors of purchasing awareness, intention, and policy. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 58, 56-69. doi:10.1016/j.trf.2018.05.008
- Habich-Sobiegalla, S., Kostka, G., & Anzinger, N. (2018). Electric vehicle purchase intentions of Chinese, Russian and Brazilian citizens: An international comparative study. *Journal of Cleaner Production*, 205, 188-200. doi:10.1016/j.jclepro.2018.08.318
- Han, L., Wang, S., Zhao, D., & Li, J. (2017). The intention to adopt electric vehicles: Driven by functional and non-functional values. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 103, 185-197. doi:10.1016/j.tra.2017.05.033
- Huang, X., & Ge, J. (2019). Electric vehicle development in Beijing: An analysis of consumer purchase intention. *Journal of Cleaner Production*, 216, 361-372. doi:10.1016/j.jclepro.2019.01.231
- Wang, N., Tang, L., & Pan, H. (2018). Analysis of public acceptance of electric vehicles: An empirical study in Shanghai. *Technological Forecasting and Social Change*, 126, 284-291. doi:10.1016/j.techfore.2017.09.011
- Wang, N., Tang, L., & Pan, H. (2017). Effectiveness of policy incentives on electric vehicle acceptance in China: A discrete choice analysis. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 105, 210-218. doi:10.1016/j.tra.2017.08.009
- Wang, S., Li, J., & Zhao, D. (2017). The impact of policy measures on consumer intention to adopt electric vehicles: Evidence from China. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 105, 14-26. doi:10.1016/j.tra.2017.08.013
- Wang, S., Wang, J., Li, J., Wang, J., & Liang, L. (2018). Policy implications for promoting the adoption of electric vehicles: Do consumer's knowledge, perceived risk and financial incentive policy matter? *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 117, 58-69. doi:10.1016/j.tra.2018.08.014
- Wang, Z., Zhao, C., Yin, J., & Zhang, B. (2017). Purchasing intentions of Chinese citizens on new energy vehicles: How should one respond to current preferential policy? *Journal of Cleaner Production*, 161, 1000-1010. doi:10.1016/j.jclepro.2017.05.154

- Wasabi. (2564). [สรุปหนังสือ] Marketing 5.0 Philip Kotler กับ Insight ทุก Generation 2021. สืบค้นจาก <https://www.blockdit.com/posts/604a09ce3a6a301301c49637>
- White, L. V., & Sintov, N. D. (2017). You are what you drive: Environmentalist and social innovator symbolism drives electric vehicle adoption intentions. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 99, 94-113. doi:10.1016/j.tra.2017.03.008
- Will, C., & Schuller, A. (2016). Understanding user acceptance factors of electric vehicle smart charging. *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, 71, 198-214. doi:10.1016/j.trc.2016.07.006
- Wu, J., Liao, H., Wang, J.-W., & Chen, T. (2019). The role of environmental concern in the public acceptance of autonomous electric vehicles: A survey from China. *Transportation Research Part F: Traffic Psychology and Behaviour*, 60, 37-46. doi:10.1016/j.trf.2018.09.029

Muslim investors. This article aims to create a basic understanding for those who are interested in Sukuk instruments. It presents in an easy-to-understand way the basic structure of Sukuk. It was found that there are seven forms that are widely used today.

Keyword : Islamic Financial Instrument; Sukuk; Murabahah Sukuk; Salam Sukuk; Istisna Sukuk; Ijarah Sukuk; Musharakah Sukuk; Mudarabah Sukuk

บทนำ

ในการดำเนินธุรกิจในปัจจุบันเป็นที่ทราบกันดีว่าการบริหารการเงินเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่งยวดต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวในการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาจึงได้มีการประดิษฐ์คิดค้นเครื่องมือทางการเงินมากมายหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองของความต้องการและความจำเป็นของการดำเนินธุรกิจในทุกสถานการณ์ไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือที่สามารถตอบสนองของความต้องการเงินทุนระยะสั้นระยะกลางและระยะยาวในตลาดเงินและตลาดทุนรวมถึงไปถึงเครื่องมือที่ช่วยในการบริหารจัดการความเสี่ยงและความไม่แน่นอนอื่นต่างในระบบการเงิน ดังนั้นตราสารต่างๆไม่ว่าจะเป็นหุ้นสามัญ หุ้นกู้ ตั๋วเงินคลัง พันธบัตรรัฐบาล ตราสารอนุพันธ์ ฟิวเจอร์ส ฟอรัเวิร์ด สวอป ออปชั่น คริปโตเคอเรนซี ฯลฯ จึงได้ถูกสร้างขึ้น อย่างไรก็ตามเครื่องมือเหล่านี้เกือบทั้งหมดตั้งอยู่บนพื้นฐานของดอกเบี้ยและการเสี่ยงโชคที่เป็นข้อห้ามร้ายแรงตามบทบัญญัติของศาสนาอิสลาม ด้วยกับการเติบโตทางเศรษฐกิจในชุมชนมุสลิมทั่วโลกโดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศมุสลิมต่างๆหลังจากได้รับเอกราชจากเจ้าอาณานิคมประกอบกับการตื่นตัวและตระหนักถึงความจำเป็นในการสร้างเครื่องมือทางการเงินที่สามารถตอบสนองความจำเป็นทางธุรกิจและไม่ขัดกับหลักการของกฎหมายอิสลาม ดังนั้นเครื่องมือทางการเงินที่ปราศจากดอกเบี้ยในรูปแบบต่างๆ จึงได้ถูกนำเสนอให้เป็นทางเลือกแก่นักลงทุนมุสลิม

นับตั้งแต่ถูกนำเสนอออกเสนอขายครั้งแรกในปีค.ศ. 1997 บทบาทของตราสารสุกุกก็ทวีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆในระบบการเงินอิสลาม อย่างไรก็ตามรูปแบบโครงสร้างและการทำงานของตราสารสุกุกยังไม่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายทั้งในไทยและระดับสากลทั้งกับบุคคลและนักลงทุน ดังนั้นการให้ความเข้าใจในรูปแบบโครงสร้างและการทำงานของตราสารสุกุกจะมีส่วนช่วยในการเติบโตและพัฒนาตลาดตราสารสุกุกของไทยในอนาคต

ความสำคัญและเป็นมาของตราสารสุกุก

นับตั้งแต่ปีค.ศ.1970 เป็นต้นมา สถาบันการเงินที่ดำเนินงานโดยปราศจากดอกเบี้ยได้ถูกก่อตั้งขึ้นในที่ต่างๆทั่วโลก เริ่มจากประเทศมุสลิมธนาคารอิสลามแห่งแรกได้ถูกก่อตั้งในอียิปต์ ตามมาด้วยการก่อตั้งธนาคารอิสลามในซาอุดีอาระเบีย ชูदान ปากีสถาน อิหร่าน มาเลเซีย แล้วกระจายไปทั่วโลก ปัจจุบันมีการประเมินว่ามีธนาคารอิสลาม อย่างน้อย 526 ธนาคาร กระจายอยู่ใน 72 ประเทศทั่วโลก

พร้อมกับการพัฒนาและเติบโตของตลาดการเงินอิสลาม ตลาดทุนอิสลามเริ่มมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อยๆ เครื่องมือและตราสารต่างๆได้ถูกนำเสนอและพัฒนาให้สอดคล้องกับตลาดทุนและความจำเป็นของสถาบันการเงินอิสลาม เครื่องมือทางการเงินอิสลามในตลาดทุนถูกนำเสนอครั้งแรกในรูปแบบของตราสารอิญาเราะฮ์สุกุกในปี 1997 หลังจากนั้น ในปี 1999 มาเลเซียและบะห์เรนได้นำสุกุกออกขายในระดับสากล จากรายงานที่จัดทำโดย Refiintiv ในปี ค.ศ. 2021 คาดการณ์ว่าสินทรัพย์ทางการเงินในระบบการเงิน

อิสลามมีขนาด 3,374,000 ล้านดอลลาร์ และศุกุกเป็น 19 เปอร์เซ็นต์ของสินทรัพย์ทั้งหมดด้วยมูลค่า 631,000 ล้านดอลลาร์ (Refinitiv, 2021)

ในประเทศไทยตราสารศุกุกก็เริ่มได้รับความสนใจมากขึ้นทั้งจากทางภาครัฐและเอกชน โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะเพิ่มโอกาสในการลงทุนให้กับนักลงทุนในประเทศและขยายฐานนักลงทุนไปสู่ประเทศตะวันออกกลาง โดยภาครัฐ ก.ล.ต. ได้ทำการอนุญาตให้สามารถออกและเสนอขายศุกุกได้ โดยออกประกาศคณะกรรมการหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ที่18/2553 เรื่องหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการเป็นทรัสต์ในธุรกรรมที่เกี่ยวกับศุกุก มีผลบังคับใช้ตั้งแต่ 16 ธันวาคมพ.ศ. 2553 ในภาคเอกชน มีการเปิดขายศุกุกเป็นครั้งแรกในลักษณะของกองทุนเปิดรวมตราสารศุกุก (Sukuk Fund) ในประเทศไทย แล้วนำไปลงทุนในต่างประเทศ โดย บลจ.เอ็มเอฟซี จำกัด (มหาชน) MFC ร่วมกับ บล.เคทีบี (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) KTBST จัดตั้งกองทุนเปิดเอ็มเอฟซีโกลบอล ศุกุก (M-SUKUK) ลงทุนในหน่วยลงทุนของกองทุน AZ Multi Asset MAMG Global Sukuk Fund ชนิด unit class A-ME (USD ACC) เพียงกองทุนเดียว (ดร.สมิทธิชอ, 2563)

Sukuk คืออะไร

ศุกุก เป็นรูปพหุพจน์ของคำว่า ศอกุก ในภาษา อาหรับ ที่มีความหมายว่า การป้องกัน และได้ถูกนำมาใช้เรียก ตราสารทางการเงินชนิดหนึ่งที่ถูกออกแบบขึ้นมาให้สอดคล้องกับบทบัญญัติของศาสนาอิสลามที่เกี่ยวข้องกับการทำธุรกรรมการเงิน

องค์กรการบัญชีและตรวจสอบบัญชีสำหรับสถาบันการเงินอิสลาม (Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions , AAOIFI)ได้ให้ คำจำกัดว่า “ตราสาร ที่มีมูลค่าเท่ากัน เป็นตัวแทนของหุ้น ที่ไม่สามารถแบ่งแยกได้ของทรัพย์สินที่จับต้องได้ สิทธิเก็บกินในทรัพย์สินบริการ หรือความเป็นเจ้าของในสินทรัพย์ของโครงการหรือกิจกรรมการลงทุนที่ได้กำหนดไว้ในเอกสารศุกุก” (AAOIFI, 2017)

ในประเทศไทย พ.ร.บ. หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ พ.ศ. 2553 ได้กำหนด ลักษณะ ของศุกุก ไว้ว่า

1. เป็นใบทรัสต์ที่ออกโดยทรัสต์ผู้ออกศุกุก
2. มีการกำหนดโครงสร้างของการทำธุรกรรมของกองทรัสต์เพื่อนำเงินที่ได้จากการออกตราสารไปหาประโยชน์ในรูปแบบที่เป็นไปตามหลักศาสนาอิสลาม
3. มีการกำหนดไว้ล่วงหน้าอย่างชัดเจนเกี่ยวกับเงื่อนไขการคืนเงินลงทุนและอัตราหรือสัดส่วนการจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนที่กองทรัสต์จะได้รับจากผู้ระดมทุนเพื่อประโยชน์ของผู้ถือตราสาร และมีการกำหนดเงื่อนไขการคืนเงินลงทุนและอัตราหรือสัดส่วนการจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนที่กองทรัสต์จะจ่ายให้แก่ผู้ถือตราสารด้วย ซึ่งการกำหนดอัตราหรือสัดส่วนการจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนดังกล่าว เป็นไปตามหลักศาสนาอิสลาม

เช่นเดียวกันหุ้นกู้และตราสารหนี้อื่นๆที่มีวัตถุประสงค์เพื่อระดมทุนสำหรับใช้ในกิจการต่างๆของบริษัทโดยไม่กระทบถึงโครงสร้างผู้ถือหุ้นของบริษัทศุกุกถูกสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์เดียวกันแต่มีโครงสร้างที่ปราศจากดอกเบี้ย แม้ว่าศุกุกเป็นตราสารการเงินที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นทางเลือกให้กับนักลงทุนมุสลิมแทนหุ้นกู้ และตราสารอื่นๆที่ใช้ในตลาดทุนศุกุกจึงมักจะถูกนำไปเทียบเคียงกันตราสารหนี้หรือหุ้นกู้ อย่างไรก็ตามในรายละเอียดแล้วจะเห็นว่าศุกุกมีข้อแตกต่างหลายประการจากหุ้นกู้

ข้อแตกต่างระหว่างศุภกกับหุ้นกู้อาจแสดงดังนี้

ความแตกต่าง	ศุภก	หุ้นกู้
ลักษณะตราสาร	เป็นใบรับรองส่วนแบ่ง ความเป็นเจ้าของในสินทรัพย์อ้างอิง	ใบรับรองความเป็นเจ้าหนี้
สินทรัพย์อ้างอิง	ทรัพย์สินที่จับต้องได้ สิทธิเก็บกิน และการบริการต่างๆ ที่ไม่ขัดกับหลักศาสนาอิสลาม	ไม่มี
หลักประกัน	ความเป็นเจ้าของบนสินทรัพย์อ้างอิง	ไม่มี หรืออาจนำสินทรัพย์ของผู้ออกมาเป็นหลักประกันในกรณีของ ตราสารนี้มีหลักประกัน (Secured bond)
การซื้อขาย	เป็นการซื้อขายความเป็นเจ้าของบนสินทรัพย์อ้างอิง	เป็นการซื้อขายหนี้
ผลประโยชน์ตอบแทน	ขึ้นอยู่กับรูปแบบโครงสร้างของศุภก อาจเป็นรายได้จากการให้เช่า ผลกำไรจากการขาย หรือผลกำไรจากการดำเนินงานในสินทรัพย์อ้างอิง	รับประกันโดยผู้ออกตราสารในรูปแบบของอัตราดอกเบี้ย
ราคา	ตั้งอยู่บนมูลค่าของสินทรัพย์อ้างอิงและอัตราผลประโยชน์ตอบแทนที่เกิดจากสินทรัพย์อ้างอิงของศุภก	ขึ้นอยู่กับอัตราดอกเบี้ยจ่าย ความน่าเชื่อถือทางด้านการเงินและความสามารถในการใช้หนี้ของผู้ออกตราสาร
วัตถุประสงค์ในการออกตราสาร	ทั้งวัตถุประสงค์ในการระดมทุน และโครงการที่ใช้เป็นสินทรัพย์อ้างอิงต้องไม่ขัดกับหลักกฎหมายและหลักการศาสนาอิสลาม	ต้องไม่ขัดต่อกฎหมายบ้านเมือง
หน่วยลงทุน	แต่ละหน่วยมีมูลค่าเท่ากันเป็นตัวแทนของหุ้นส่วนความเป็นเจ้าของในสินทรัพย์อ้างอิง	เป็นตัวแทนความเป็นเจ้าหนี้

ส่วนประกอบและโครงสร้างของศุภก

องค์ประกอบของศุภกที่สำคัญประกอบด้วย

1. ผู้ระดมทุน (originator) หรือลูกหนี้ (obliged) คือผู้ประกอบการที่ต้องการระดมเงินทุน

2. นักลงทุนในตราสารสุกุก (Sukuk Investors)
3. ใบสุกุก (Sukuk Certificate) คือเอกสารแสดงความเป็นเจ้าของสินทรัพย์อ้างอิง
4. สินทรัพย์อ้างอิง (Underlying Asset) คือ ทรัพย์สินพื้นฐานที่ใบสุกุกอ้างความเป็นเจ้าของ อาจเป็นสินทรัพย์ที่จับต้องได้เช่นที่ดิน โรงงาน สินค้า ฯลฯ สิทธิเก็บกิน หรือบริการต่างๆ ที่ไม่ขัดกับหลักการศาสนาอิสลาม
5. นิติบุคคลเฉพาะกิจ (Special Purpose Vehicle (SPV)) เป็นส่วนประกอบที่สำคัญที่สุดในโครงสร้างสุกุก

นิติบุคคลเฉพาะกิจ (Special Purpose Vehicle (SPV))

สุกุกแตกต่างจากหุ้นกู้ และตราสารหนี้อื่นๆที่ใช้อัตราดอกเบี้ยเป็นอัตราผลประโยชน์ตอบแทน เพื่อหลีกเลี่ยงจากการใช้ดอกเบี้ยที่เป็นสิ่งต้องห้ามตามกฎหมายอิสลามในการสร้างเครื่องมือทางการเงินที่สามารถที่สามารถซื้อขายได้ในตลาดหลักทรัพย์ SPV ถูกกำหนดให้เป็นโครงสร้างและส่วนประกอบหลักของสุกุก

SPV คือนิติบุคคลเฉพาะกิจที่ถูกสร้างขึ้นโดยผู้ระดมทุนเพื่อทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้ระดมทุนหรือผู้ประกอบการกับนักลงทุนโดย SPV ที่สร้างขึ้นจะมีสถานะเป็นนิติบุคคลมีสินทรัพย์และสถานะทางกฎหมายเป็นของตนเองแยกต่างหากออกจากผู้ระดมทุน ทำหน้าที่เป็นตัวแทนนักลงทุนในการบริหารจัดการผลประโยชน์ที่เกิดจากสัญญาและสินทรัพย์อ้างอิง หรือเป็นตัวแทนนักลงทุนในการร่วมลงทุนกับผู้ประกอบการในโครงการธุรกิจ รวมทั้งรวบรวมและแจกจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนที่ได้ให้กับนักลงทุนผู้ถือใบสุกุก

ลักษณะที่สำคัญของ SPV

- เป็นผู้ออกตราสารสุกุก
- เป็นหน่วยงานที่แยกออกจากผู้ระดมทุนหรือลูกหนี้ มีสถานะเป็นนิติบุคคล มีการดำเนินงานและสถานะทางกฎหมายเป็นของตนเอง
- เป็นเจ้าของสินทรัพย์อ้างอิง ในนามของนักลงทุน
- เป็นตัวแทนนักลงทุนผู้ถือใบสุกุกในการบริหารจัดการสินทรัพย์อ้างอิงและผลประโยชน์ต่างๆที่เกิดจากสินทรัพย์อ้างอิง
- SPV ถูกสร้างขึ้นให้เป็นนิติบุคคลที่แยกออกจากผู้ระดมทุนเพื่อช่วยให้ทรัพย์สินอ้างอิงไม่ได้รับผลกระทบจากสภาพการล้มละลายของผู้ระดมทุน
- เนื่องจากอิสลามห้ามดอกเบี้ย ในการจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้ถือตราสารทางการเงิน PSV ทำหน้าที่ในการสร้างรายได้จากสินทรัพย์อ้างอิงเพื่อเป็นผลประโยชน์ตอบแทนแก่ผู้ถือตราสารสุกุก ผ่านเครื่องมือต่างๆที่เป็นที่อนุญาตตามหลักศาสนาอิสลาม (Ayub, 2007)

กล่าวโดยสรุปแล้วสุกุกคือตราสารหรือหนังสือสัญญารับรองที่ระบุข้อผูกมัดระหว่างผู้ออก และผู้ลงทุนหรือผู้ถือตราสารสุกุกบนสินทรัพย์อ้างอิง แม้ว่าสุกุกจะสามารถสร้างบนสัญญาที่ยืมได้แต่อย่างไรก็ตามสัญญายืมนั้นจะต้องเป็นสัญญายืมที่ปราศจากดอกเบี้ยและราคารวมของสุกุกที่ออกขายจะต้องไม่เกินมูลค่าซึ่งไม่ก่อประโยชน์อันในเชิงธุรกิจ ดังนั้นผู้ออกสุกุกจะใช้สัญญาข้อผูกมัดอื่นที่สามารถก่อให้เกิดรายได้มาสร้างข้อผูกมัดหน้าที่รับผิดชอบระหว่างผู้ระดมทุน ผู้ออกสุกุก

กันผู้ถือสุกุก โดยปกติแล้วแล้วจะเป็นในรูปแบบของสัญญาซื้อขาย เช่น จำผลิต ความเป็นหุ้นส่วน ในการลงทุนหรือกิจการร่วมค้า หรือวิธีอื่นที่ไม่ขัดกับหลักการศาสนาอิสลามซึ่งผลตอบแทนที่นักลงทุนในสุกุกจะได้รับไม่ได้มาจากอัตราดอกเบี้ยที่กำหนดตายตัวในตัวสัญญาแต่มาจากกำไรจากการขายการให้เช่า หรือกำไรขาดทุนที่เกิดจากความเป็นเจ้าของสินทรัพย์อ้างอิง ตามข้อกำหนดมาตรฐาน ชารีอะฮ์ที่จัดทำโดยองค์กรการบัญชีและการตรวจสอบสำหรับสถาบันการเงินอิสลาม หรือ The Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (AAOIFI)สุกุกสามารถแยก ออกได้ถึง 14 รูปแบบ แต่ที่ใช้กันอย่างแพร่หลาย และได้นำมาอธิบายไว้ถึงที่มี 7 รูปแบบด้วยกันคือ

1. Murabahah Sukuk
2. Salam Sukuk
3. Istisna Sukuk
4. Ijarah Sukuk
5. Musharakah Sukuk
6. Mudarabah Sukuk
7. Hybrid Sukuk

1. มุรอบาฮะฮ์ สุกุก (Murabahah Sukuk)

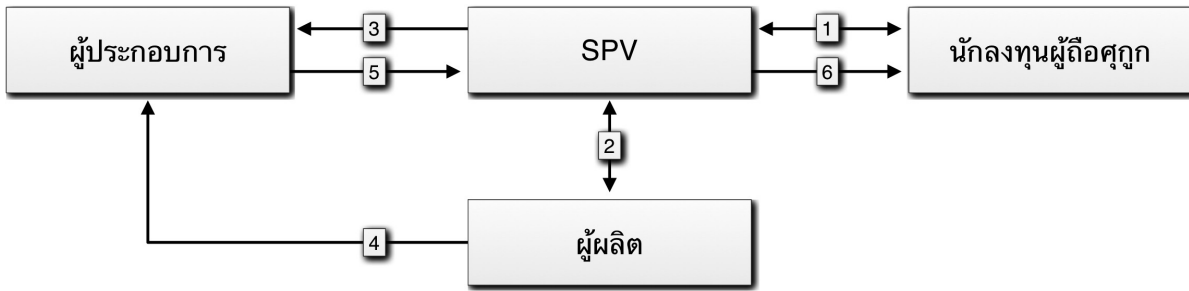
อัล-มุรอบาฮะฮ์ (Al-Murabahah) คือหลักการซื้อขายที่สถาบันการเงินอิสลามนิยมนำมาใช้ใน การออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการเงินต่าง รูปแบบของมุรอบาฮะฮ์ เป็นการขายสินค้าแบบเปิดเผย ต้นทุนและกำไรให้กับผู้ซื้อทราบ

การออกมุรอบาฮะฮ์สุกุกส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อระดมเงินทุนระยะสั้นและระยะปานกลาง หน่วยสุกุกในรูปแบบมุรอบาฮะฮ์เป็นตัวแทนของ ส่วนแบบเงินสดที่จะได้จากการขายในรูปแบบมุรอ บาฮะฮ์ให้กับบุคคลที่3 เนื่องจากสัญญามุรอบาฮะฮ์มีความเป็นหนี้สินเป็นองค์ประกอบ(บุคคลที่3 จ่ายค่าสินค้าเป็นงวดๆ ส่วนที่ยังไม่จ่ายถือเป็นหนี้สิน ดังนั้นผู้ถือมุรอบาฮะฮ์สุกุกจะสามารถขายสุกุก ตามราคาหน้าตัวเท่านั้น เพราะส่วนต่างของราคาในการซื้อขายนี้ ถือเป็นดอกเบี้ย ซึ่งผิดหลักกฏ หมายอิสลาม ดังนั้นการซื้อขายมุรอบาฮะฮ์สุกุกจึงถูกจำกัดอยู่เพราะในตลาดแรก อย่างไรก็ตาม มาเลเซียอนุญาตให้ซื้อขายมุรอบาฮะฮ์สุกุกในตลาดรองหรือตลาดหลักทรัพย์ เนื่องจากมาเลเซีย ยอมรับหลักการซื้อขายหนี้ (บัยอฺ อัลดัยนฺ/ Bai al-Dayn)

รูปแบบมุรอบาฮะฮ์สุกุก

- มุรอบาฮะฮ์สุกุกเพื่อจัดหาสินทรัพย์ (Murabahah Sukuk for asset acquisition)

เป็นสุกุกที่ผู้ประกอบการคือผู้ระดมทุนนำมาใช้ในการระดมทุนเพื่อให้ได้มาซึ่งสินทรัพย์ที่ ตนเองต้องการซึ่งมักมีราคาแพง เช่นเครื่องจักรอุตสาหกรรม ที่ดิน โรงงานเป็นต้น โครงสร้างของมุรอ บาฮะฮ์สุกุกเพื่อจัดหาสินทรัพย์ เป็นดังนี้



1. SPV ออกใบ sukuk เพื่อระดมทุนซื้อสินทรัพย์อ้างอิง
2. SPV ซื้อสินทรัพย์อ้างอิงจากผู้จัดจำหน่าย
3. SPV ขายสินทรัพย์อ้างอิงให้กับผู้ประกอบการ ด้วยสัญญา murabahah
4. ผู้ประกอบการรับสินทรัพย์จากผู้จัดจำหน่าย
5. ผู้ประกอบการผ่อนจ่ายค่าสินทรัพย์อ้างอิงเป็นงวดๆตามที่กำหนดไว้ในสัญญาให้กับ SPV
6. SPV รวบรวมและแจกจ่ายเงินต้นและกำไรจากการขาย murabahah ให้แก่นักลงทุนผู้ถือ sukuk

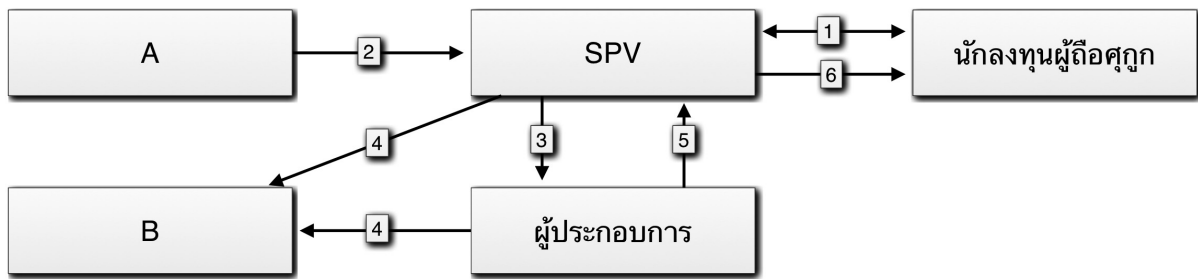
- Murabahah sukuk แบบสองฝ่าย หรือ บัยอฺ อัล-อินนะฮฺ sukuk (Two-party Murabahah Sukuk or Bai Al-Inah Sukuk)

sukuk ในรูปแบบนี้ SPV จะไม่จัดหาสินทรัพย์จากบุคคลที่ 3 แต่จะซื้อจากผู้ประกอบการ และขายสินทรัพย์อันเดียวกันคืนให้กับผู้ประกอบการในรูปแบบของสัญญา murabahah Murabahah sukuk ในรูปแบบนี้ไม่เป็นที่ยอมรับในประเทศที่ใช้มาตรฐานซารีอะฮ์ของ AAOIFI แต่นิยมกันในตลาดมาเลเซีย เนื่องจากมาเลเซียยอมรับการใช้หลักการ บัยอฺ อัล-อินนะฮฺ (Bai Al-Inah การขายสินค้าเป็นเงินเชื่อ แล้วทำการซื้อคืนเป็นเงินสดในราคาที่ต่ำกว่า) โครงสร้าง Murabahah sukuk แบบสองฝ่าย มีดังต่อไปนี้



1. ผู้ประกอบการขายสินทรัพย์ของตัวเองให้กับ SPV
2. SPV ออกใบ sukuk ระดมทุนเพื่อซื้อสินทรัพย์อ้างอิงจากผู้ประกอบการ
3. SPV ขายสินทรัพย์อ้างอิงอันเดียวกันคืนให้ผู้ประกอบการด้วยสัญญา murabahah
4. ผู้ประกอบการผ่อนจ่ายค่าสินทรัพย์เป็นงวดๆตามที่สัญญากำหนดให้กับ SPV
5. SPV รวบรวมและแจกจ่ายเงินต้นและกำไรจากการขาย murabahah ให้แก่นักลงทุนผู้ถือ sukuk

- Murabahah sukuk ภายใต้หลักการ ตะวารุ๊ก (Murabahah Sukuk under Tawarruq Structure)
- เนื่องจากหลักการ บัยอฺ อัล-อินนะฮฺ ไม่เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป หลักการ ตะวารุ๊ก (Tawarruq: การขายสินค้าเป็นเงินเชื่อแล้วผู้ซื้อสินค้าทำการขายให้กับบุคคลที่ 3 เป็นเงินสดในราคาที่ต่ำกว่า) จึงถูกนำมาใช้ด้วยรูปแบบดังต่อไปนี้



1. SPV ออกมูรอบาฮะฮุศุภเพื่อระดมทุน
2. SPV ซื้อสินทรัพย์อ้างอิงเป็นสด จากนาย A
3. SPV ขายสินทรัพย์อ้างอิงที่ซื้อมาจากนาย A ให้กับผู้ประกอบการ ด้วยหลักการมูรอบาฮะฮุฮุใน รูปแบบผ่อนชำระ
4. ผู้ประกอบการขายสินทรัพย์อ้างอิงต่อให้กับ นาย B เป็นเงินสด หรืออาจแต่งตั้งให้ SPV ทำการ แทน
5. ผู้ประกอบการผ่อนจ่ายค่าสินทรัพย์อ้างอิงเป็นงวดๆตามสัญญาที่ทำไว้กับSPV
6. SPV รวบรวมและแจกจ่ายเงินต้นและกำไรจากการขายมูรอบาฮะฮุ ให้กับนักลงทุนผู้ถือไปศุภ

2. ชะลัมศุภ (Salam Sukuk)

บัยอ อัส-ชะลัม (Bai As-Salam) คือหลักการซื้อขายที่มีการชำระค่าสินค้าทั้งหมด ณ วันที่ทำสัญญาโดยสินค้าจะถูกส่งมอบในอนาคตตามรูปแบบ คุณลักษณะ และวันเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญา

ศุภในรูปแบบชะลัมถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือสำหรับเคลื่อนย้ายเงินทุนระยะสั้นโดยปราศจากดอกเบี้ย เนื่องจากผลประโยชน์ตอบแทนที่ผู้ถือชะลัมศุภจะได้รับมาจากผลต่างของราคาซื้อขายสินทรัพย์อ้างอิงด้วยสัญญาชะลัมไม่ใช่อัตราดอกเบี้ย ตัวอย่างในการใช้ชะลัมศุภอย่างเช่น ในปี 2001 ธนาคารกลางบะห์เรน ออกชะลัมศุภระยะสั้น 90 วัน เพื่อให้สถาบันการเงินอิสลามใช้ในการบริหารสภาพคล่อง โดยขั้นแรกธนาคารกลางบะห์เรนก่อตั้ง SPV หลังจากนั้นขายสินทรัพย์ให้กับ SPV ด้วยสัญญาชะลัม SPV ขายชะลัมศุภให้กับสถาบันการเงินอิสลามที่ต้องการจะถือสินทรัพย์สภาพคล่อง ดังจะอธิบายในแผนภูมิ



1. ธนาคารกลางบะห์เรนขายสินทรัพย์ให้ SPV ด้วยหลักการชะลัมระยะเวลา 90 วันเพื่อโอนกรรมสิทธิ์ของสินทรัพย์ไปสู่ SPV

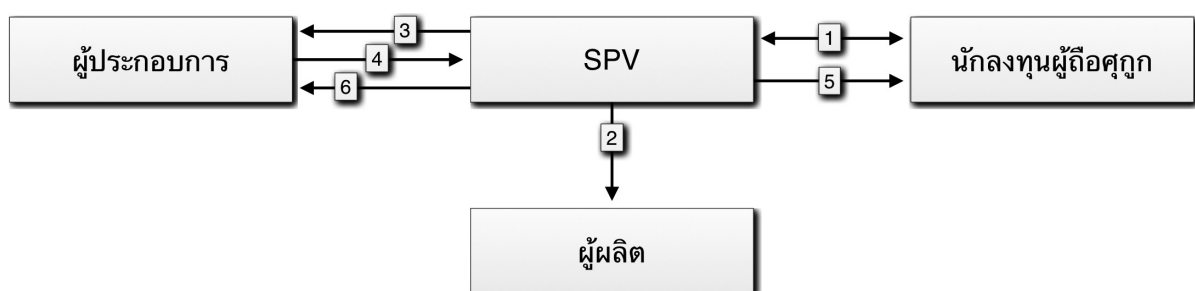
2. SPV ออกชะลัมศุฎกขายให้กับสถาบันการเงินอิสลามเพื่อระดมทุนซื้อสินทรัพย์อ้างอิง
3. SPV ขายสินทรัพย์อ้างอิงทันทีให้กับธนาคารกลางบะห์เรน หรือบุคคลที่3หลังจากได้รับมอบสินทรัพย์ตามสัญญาชะลัมที่ได้ทำไว้
4. สถาบันการเงินจะได้เงินทุนพร้อมกำไรคืนในวันสิ้นสุดสัญญาศุฎก 90 วัน

จากแผนภูมิจะเห็นได้ว่ากระแสเงินสดจะไหลจาก สถาบันการเงินมาที่ SPV จากนั้นไปอยู่ที่ธนาคารกลางบะห์เรนด้วยสัญญาชะลัม 90 วัน หมายความว่าจ่ายเงินไปก่อนได้สินทรัพย์ใน90วัน หลังจาก SPV ได้รับสินทรัพย์อ้างอิงตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในสัญญาชะลัมก็จะขายสินทรัพย์อ้างอิงนำเงินคืนผู้สถาบันการเงินผู้ถือศุฎก กระแสเงินสดไหลกลับสถาบันการเงินมีส่วนช่วยในการบริหารสภาพคล่อง

3. อิชติชนาอุศุฎก (Istisna Sukuk)

อัล-อิชติชนาอุ (Al Istisna) คือหลักการซื้อขายตามการสั่งซื้อโดยผู้ซื้อจะระบุให้ผู้ขายผลิตและส่งมอบสินค้าในอนาคต ตามรูปแบบและคุณลักษณะและเวลาที่ระบุในสัญญา โดยราคาที่ตกลงกันสามารถผ่อนชำระเป็นงวดๆได้

อิชติชนาอุเป็นอีกหนึ่งหลักการทางการเงินอิสลามที่นิยมนำมาใช้ในการสร้างศุฎกเพื่อระดมเงินทุนในการผลิตสินค้า หรือใช้ในโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ ใบอิชติชนาอุศุฎกจึงเป็นใบรับรองสัดส่วนของเงินลงทุนในสินทรัพย์ที่กำลังผลิตหรือก่อสร้างที่จะต้องส่งมอบให้กับลูกค้าในอนาคต อิชติชนาอุศุฎกมักถูกนำมาใช้ในการระดมทุนเพื่อลงทุนในโครงการก่อสร้างขนาดใหญ่ โดยในหนึ่งโครงการ SPV จะทำสัญญาอิชติชนาอุ 2 ฉบับ คือ 1 กับผู้รับจ้างผลิตและ 2 กับผู้ประกอบการ โดยสัญญาที่ทำกับผู้รับจ้างผลิตจะมีอายุสั้นกว่าผู้ประกอบการ และยังสามารถแบ่งการออกศุฎกเป็นช่วงๆตามระยะความคืบหน้าของโครงการได้อีกด้วย รูปแบบอิชติชนาอุศุฎกสามารถแสดงเป็นแผนภูมิได้ดังตัวอย่างต่อไปนี้



1. SVP ออกใบอิชติชนาอุศุฎกจำหน่ายให้แก่ผู้สนใจเพื่อระดมเงินทุน
2. SPV ใช้หลักการอิชติชนาอุในการจ้างผลิตหรือการดำเนินงานก่อสร้างโครงการที่เป็นสินทรัพย์อ้างอิง
3. SPV ขายสินทรัพย์อ้างอิงนั้นให้กับผู้ประกอบการ ด้วยสัญญาอิชติชนาอุฉบับที่ 2
4. ผู้ประกอบการผ่อนชำระค่าสินทรัพย์ตามสัญญาอิชติชนาอุที่ทำไว้กับ SPV
5. SPV รวบรวมและแจกจ่ายรายรับจากสัญญาอิชติชนาอุ ให้กับผู้ถือใบศุฎก

6. สินทรัพย์จะถูกส่งมอบให้กับผู้ประกอบการตามสัญญาอิซติชนาอุฉบับที่ 2

ศุ๊กที่กล่าวมาข้างต้นเป็นศุ๊กที่ไม่สามารถซื้อขายในตลาดรองหรืออนุญาตให้ซื้อขายได้ในราคาหน้าตัวเท่านั้น ตามความเห็นส่วนใหญ่ของนักกฎหมายอิสลามเพราะโครงสร้างศุ๊กเหล่านี้ได้มาจากหลักการซื้อขายในรูปแบบต่าง ๆ ง่าย ๆ ก็คือราคาหน้าตัวในศุ๊กเหล่านี้เป็นตัวแทนของเงินสดที่จะได้รับจากการขาย การขายเงินสดในราคาที่แตกต่างไม่ว่ามากกว่าหรือน้อยกว่าถือเป็นดอกเบี้ยที่ต้องห้ามตามหลักการศาสนาอิสลาม

สำหรับโครงสร้างศุ๊กที่สามารถซื้อขายในตลาดรองตลาดหลักทรัพย์ได้และเป็นที่ยอมรับในปัจจุบันมีดังต่อไปนี้

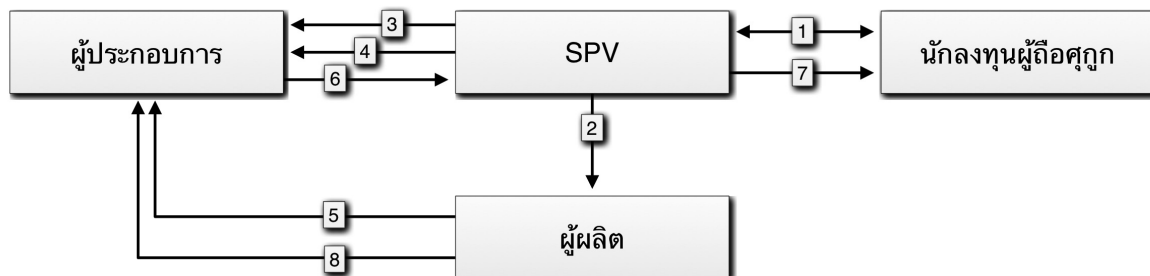
4. อิญาเราะฮ์ศุ๊ก (Ijarah Sukuk)

อัล-อิญาเราะฮ์ (Al-Ijarah) คือหลักการเช่าที่ผู้มีสิทธิในทรัพย์สินตกลงให้อีกฝ่ายหนึ่งเช่าทรัพย์สินในอัตราค่าเช่าและระยะเวลาเช่าที่ทั้งสองฝ่ายตกลงกัน

อิญาเราะฮ์ศุ๊กเป็นศุ๊กที่สามารถทำการซื้อขายแลกเปลี่ยนได้ตามหลักการของกฎหมายอิสลาม เนื่องจากตราสารศุ๊กในลักษณะนี้ไม่ได้เป็นใบแสดงความเป็นเจ้าของในสัดส่วนของเงินที่จะได้รับในการทำธุรกรรมบนสินทรัพย์อ้างอิง แต่เป็นสัดส่วนความเป็นเจ้าของในสินทรัพย์อ้างอิง สัดส่วนนี้จะมีผลต่อกำไรขาดทุนที่จะได้รับจากการเช่าสินทรัพย์อ้างอิงของศุ๊กนั้นๆ

• อิญาเราะฮ์ศุ๊กเพื่อการได้มาซึ่งสินทรัพย์ (Ijarah Sukuk structure for asset acquisition)

ในโครงสร้างนี้องค์ประกอบของศุ๊กจะประกอบไปด้วย 3 ฝ่าย คือ ผู้ประกอบการ SPV และผู้จัดหาหรือผู้ผลิตสินทรัพย์ที่ผู้ประกอบการต้องการ โดยวิธีนี้ผู้ประกอบการจะจัดตั้ง SPV เพื่อออกอิญาเราะฮ์ศุ๊กเสนอขายต่อนักลงทุนที่สนใจ หลังจากนั้น SPV จะนำเงินทุนที่ได้ไปซื้อสินทรัพย์ที่ผู้ประกอบการต้องการจากผู้ผลิต ปล่อยเช่าให้กับผู้ประกอบการเช่าด้วยสัญญาอิญาเราะฮ์พร้อมด้วยทำสัญญาให้ผู้ประกอบการซื้อสินทรัพย์อ้างอิงในราคาที่ตกลงกันหลังสิ้นสุดระยะเวลาเช่าตามสัญญา นักลงทุนผู้ถืออิญาเราะฮ์ศุ๊กเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ของสินทรัพย์อ้างอิงตลอดระยะเวลาเช่าตามสัญญาอิญาเราะฮ์ และได้เงินต้นคืนเมื่อผู้ประกอบการซื้อสินทรัพย์อ้างอิงตามที่ได้ทำสัญญาไว้

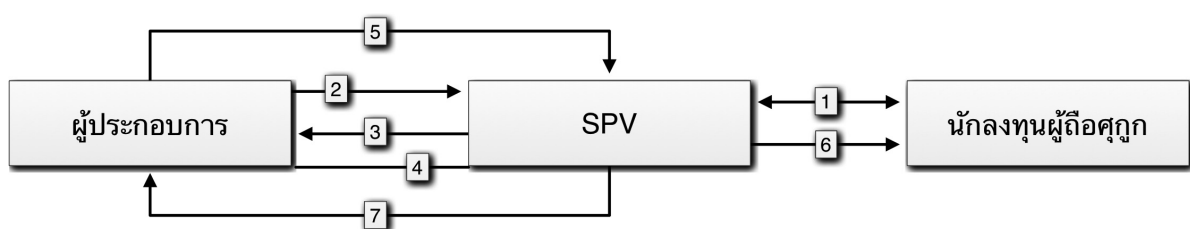


1. SPV ออกอิญาเราะฮ์ศุ๊กเพื่อระดมทุนจากนักลงทุน
2. SPV ซื้อสินทรัพย์อ้างอิงจากผู้ผลิต
3. SPV ทำสัญญาอิญาเราะฮ์ปล่อยเช่าสินทรัพย์อ้างอิงให้กับผู้ประกอบการ

4. ผู้ประกอบการทำสัญญาว่าจะซื้อสินทรัพย์อ้างอิงหลังจากหมดสัญญาอิจาเราะฮ์เพื่อประกันเงินลงทุนของผู้ถือศุฎูกจะได้รับเงินต้นคืน
5. ผู้ประกอบการได้รับสินทรัพย์อ้างอิง
6. ผู้ประกอบการจ่ายค่าเช่าเป็นงวดๆตลอดระยะเวลาตามสัญญาเช่าที่ได้ตกลงกันไว้
7. SPVทำหน้าที่บริหารจัดการแจกจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนตามสัญญาอิจาเราะฮ์ให้กับผู้ถือศุฎูก
8. หลังจากสิ้นสุดสัญญาอิจาเราะฮ์ ผู้ประกอบการทำการซื้อสินทรัพย์อ้างอิงตามที่ได้ทำสัญญากันไว้ ดังนั้นกรรมสิทธิ์บนสินทรัพย์อ้างอิงโอนจาก SPV ไปสู่ผู้ประกอบการ ผู้ถืออิจาเราะฮ์ศุฎูกได้รับเงินลงทุนคืน

- อิจาเราะฮ์ศุฎูกด้วยโครงสร้างขายแล้วเช่ากลับ (Ijarah Sukuk with Sale and leaseback structure)

ผู้ประกอบการที่เลือกใช้ศุฎูกด้วยโครงสร้างนี้ ไม่ได้ต้องการที่จะได้มาซึ่งสินทรัพย์อ้างอิง หากแต่นำสินทรัพย์ที่ตนเองมีอยู่แล้วมาสร้างสภาพคล่องให้แก่บริษัท โดยใช้หลักการอิจาเราะฮ์มีโครงสร้างดังต่อไปนี้

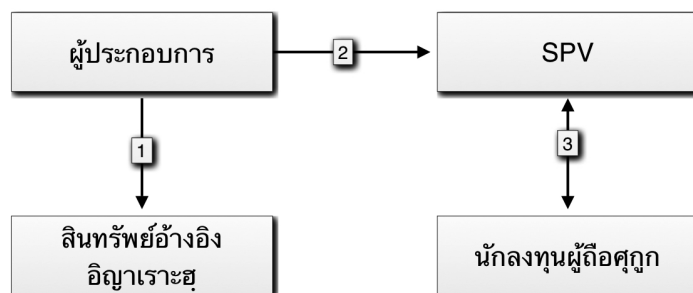


1. ผู้ประกอบการสร้าง SPV เพื่อออกศุฎูกมาระดมทุนมาซื้อสินทรัพย์
2. ผู้ประกอบการขายสินทรัพย์ของตนเองให้กับ SPV
3. สินทรัพย์ที่ผู้ประกอบการขายให้กับ SPV กลายเป็นสินทรัพย์อ้างอิง หลังจากนั้น SPV นำสินทรัพย์อ้างอิงให้ผู้ประกอบการรายเดิมเช่าด้วยสัญญาอิจาเราะฮ์
4. ผู้ประกอบการทำสัญญาว่าจะซื้อสินทรัพย์อ้างอิงคืนหลังจากหมดสัญญาอิจาเราะฮ์เพื่อประกันเงินลงทุนของผู้ถือศุฎูกจะได้รับเงินต้นคืน
5. ผู้ประกอบการจ่ายค่าเช่าเป็นงวดๆตลอดระยะเวลาตามสัญญาเช่าที่ได้ตกลงกันไว้
6. SPV ทำหน้าที่บริหารจัดการแจกจ่ายค่าเช่าตามสัญญาอิจาเราะฮ์ให้กับผู้ถือศุฎูก
7. หลังจากสิ้นสุดสัญญาอิจาเราะฮ์ ผู้ประกอบการทำการซื้อสินทรัพย์อ้างอิงตามที่ได้ทำสัญญากันไว้ ดังนั้นกรรมสิทธิ์บนสินทรัพย์อ้างอิงโอนจาก SPV กลับไปสู่ผู้ประกอบการ

- อิจาเราะฮ์ศุฎูกในรูปของตราสาร ABS (Ijarah Sukuk structure as Asset backed Securities)

ความตั้งใจของการใช้อิจาเราะฮ์ศุฎูกในรูปแบบนี้ไม่ใช่เพื่อการได้มาซึ่งสินทรัพย์หรือเสริมสภาพคล่องให้กับบริษัท แต่เป็นความตั้งใจที่ผู้ประกอบการต้องการเปลี่ยนสินทรัพย์ของตนเองให้

เป็นหลักทรัพย์ที่จะสามารถซื้อขายได้ในตลาดหลักทรัพย์ ซึ่งหลักทรัพย์ดังกล่าวสามารถสร้างรายได้ให้กับผู้ถือจากการให้เช่าสินทรัพย์อ้างอิง โครงสร้างอิญาเราะฮ์ในรูปแบบนี้

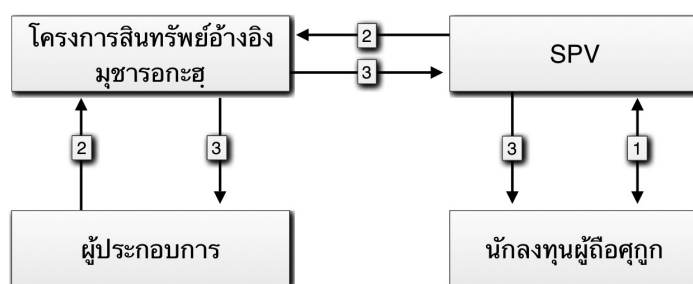


1. ผู้ประกอบการนำสินทรัพย์ของตนเองออกเช่าด้วยสัญญาอิญาเราะฮ์ เพื่อให้สินทรัพย์นั้นสามารถสร้างผลตอบแทน
2. ผู้ประกอบการขายกรรมสิทธิ์ของสินทรัพย์ไปยัง SPV ที่สร้างขึ้น เพื่อเป็นสินทรัพย์อ้างอิง
3. SPV นำอิญาเราะฮ์ศุ๊กออกขายให้กับผู้ลงทุนที่สนใจในตลาดหลักทรัพย์ และทำหน้าที่เป็นผู้บริหารดูแลสินทรัพย์อ้างอิง จัดเก็บและแจกจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนจากสัญญาอิญาเราะฮ์ในสินทรัพย์อ้างอิงให้กับผู้ถืออิญาเราะฮ์ศุ๊ก

5. มุซารอกะฮ์ศุ๊ก (Musharakah Sukuk)

อัล-มุซารอกะฮ์ (Al-Musharakah) คือหลักการเป็นหุ้นส่วนระหว่างบุคคล 2 ฝ่ายขึ้นไปในการร่วมทุนดำเนินธุรกิจ โดยที่แต่ละฝ่ายจะต้องลงทุนในรูปของเงิน หรือ ทรัพย์สิน แล้วแต่ตกลงกันว่าใครจะถูกแบ่งกันตามสัดส่วนที่ตกลง หากขาดทุน ก็จะได้รับตามสัดส่วนการลงทุน

ศุ๊กที่สร้างบนหลักการมุซารอกะฮ์ เป็นเครื่องมือในการระดมทุนที่ตั้งอยู่บนหลักการความเป็นหุ้นส่วนทางธุรกิจ โครงสร้างในรูปแบบนี้ถูกนำมาใช้เพื่อที่จะทำให้ ศุ๊กมีคุณสมบัติคล้ายหุ้นสามัญบนสินทรัพย์อ้างอิง ผู้ถือศุ๊กมีสิทธิในการบริหารสินทรัพย์อ้างอิงตามสัดส่วนศุ๊กที่ถือ อย่างไรก็ตาม SPV จะทำหน้าที่เป็นตัวแทนผู้ถือศุ๊กในการบริหารจัดการนำเงินทุนไปร่วมลงทุนในโครงการธุรกิจที่เป็นสินทรัพย์อ้างอิง ส่วนผู้ประกอบการก็จะร่วมลงทุนในสินทรัพย์อ้างอิง ในรูปของเงินทุน ความเชี่ยวชาญในการบริหารและอื่นๆตามข้อตกลงที่ได้กำหนดไว้ กำไรขาดทุนที่เกิดจากการดำเนินงานในสินทรัพย์อ้างอิงจะแบ่งกันตามข้อตกลงมุซารอกะฮ์



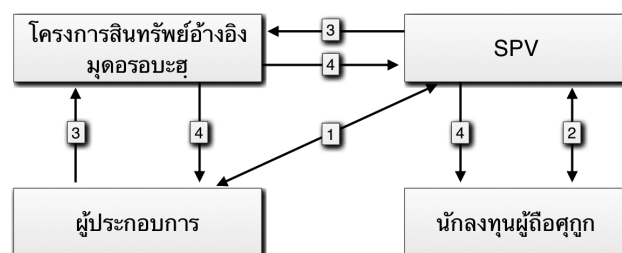
1. SPV ออกศุภกเพื่อระดมทุนในการร่วมลงทุนในโครงการที่เป็นสินทรัพย์อ้างอิงตามหลักการ มุชารออะฮ์
2. ผู้ร่วมลงทุนในสินทรัพย์อ้างอิงโครงการมุชารออะฮ์ โดย SPV ทำหน้าที่เป็นตัวแทนผู้ถือศุภกนำเงินลงทุนมาลงทุนส่วนผู้ประกอบจะเป็นหุ้นส่วนที่ทำหน้าที่บริหารจัดการสินทรัพย์อ้างอิงที่นอกจากเงินลงทุนแล้วยังรวมไปถึงความสามารถในการบริหารและสินทรัพย์อื่นๆตามที่ตกลงกันได้
3. กำไรขาดทุนจะถูกแบ่งไปตามสัดส่วนการลงทุนของผู้ร่วมลงทุน สำหรับผู้ถือมุชารออะฮ์ศุภก SVP จะทำหน้าที่และรวบรวมและแจกจ่ายส่วนแบ่งผลกำไรในกับผู้ถือ

6. มุคอรอบะฮ์ศุภก (Mudarabah Sukuk)

อัล-มุคอรอบะฮ์ (Al-Mudarabah) คือหลักการร่วมลงทุน โดยมีฝ่ายหนึ่งออกทุน เรียกว่า ร็อบบุลมาล ในภาษาอาหรับกับอีกฝ่ายหนึ่งใช้แรงงานความเชี่ยวชาญในการทำธุรกิจแทนเงินทุนในการร่วมทำธุรกิจ เรียกว่า มุคอริบ หรือผู้ประกอบการ กำไรจากการร่วมลงทุนจะนำมาแบ่งกันตามสัดส่วนที่ได้ตกลงกันได้ หากขาดทุน ร็อบบุลมาลจะได้รับความเสียหายจากการสูญเสียเงินลงทุน ส่วนมุคอริบรับความเสียหายในรูปของการไม่ได้รับผลตอบแทนจากความพยายามและแรงงานที่ใช้ไป

โครงสร้างของมุคอรอบะฮ์ศุภกจะมีความคล้ายคลึงกับ มุชารออะฮ์ศุภก เพียงแต่ SPV เป็นตัวแทนผู้ถือมุคอรอบะฮ์ศุภก ทำหน้าที่เป็น ร็อบบুলมาล เป็นผู้ลงเงินลงทุนในโครงการลงทุนมุคอรอบะฮ์ที่เป็นสินทรัพย์อ้างอิง ส่วนผู้ประกอบการจะทำหน้าที่เป็นมุคอริบ ในการบริหารจัดการโครงการลงทุนมุคอรอบะฮ์

มุคอรอบะฮ์ศุภกมักถูกนำมาใช้กรณีที่ผู้ประกอบการไม่มีหรือไม่ประสงค์ที่จะนำสินทรัพย์ของตนเองออกเช่าในโครงสร้างแบบอญญาเราะฮ์ศุภก หรือร่วมลงทุนในโครงสร้างแบบมุชารออะฮ์ศุภก แต่มีชื่อเสียงมีความรู้ความสามารถในการบริหารเป็นที่ยอมรับและเชื่อถือสามารถดึงดูดนักลงทุนได้



1. SPV ถูกสร้างขึ้นเพื่อทำหน้าที่เป็นตัวแทนผู้ลงทุนทำสัญญามุคอรอบะฮ์ กับผู้ประกอบการ ในโครงการลงทุนที่จะกลายมาเป็นสินทรัพย์อ้างอิง
2. SPV ระดมทุนในโครงการลงทุนมุคอรอบะฮ์ ด้วยการขายมุคอรอบะฮ์ศุภกให้แก่ักลงทุน
3. SPV เป็นตัวแทนของผู้ลงทุนในฐานะร็อบบูลมาลนำเงินไปลงทุนในโครงการลงทุนมุคอรอบะฮ์ที่เป็นสินทรัพย์อ้างอิงส่วนผู้ประกอบการทำหน้าที่เป็นมุคอริบใช้ความเชี่ยวชาญในการบริหารเป็นต้นทุนร่วมลงทุนในโครงการมุคอรอบะฮ์สินทรัพย์อ้างอิง

4. กำไรขาดทุนจะถูกแบ่งไปตามสัดส่วนตามที่ได้ตกลงกันได้ สำหรับผู้ถือมูซารอกะฮ์สุคูก SVP จะทำหน้าที่รวบรวมและแจกจ่ายส่วนแบ่งผลกำไรให้กับนักลงทุนผู้ถือสุคูก

7. ไฮบริดสุคูก (Hybrid Sukuk)

ไฮบริดสุคูกเป็นสุคูกที่สร้างขึ้นจากการผสมผสานหลักการเงินอิสลามตั้งแต่สองหลักการขึ้นไป โดยอาจจะเป็นการใช้หลักการอิซติซนาอูร่วมกับอิญาเราะฮ์ หรือใช้หลักการมูรอบาฮะฮ์ร่วมกับอิญาเราะฮ์ หรือสร้างขึ้นจากการผสมผสานหลักการอื่น ๆ ที่เป็นที่ยอมรับตามหลักการอิสลาม สุคูกในรูปแบบนี้จึงมีโครงสร้างที่ไม่แน่นอนตายตัวขึ้นอยู่กับหลักการที่นำมาประกอบขึ้นเป็นสุคูก สินทรัพย์อ้างอิงในสุคูกรูปแบบนี้อาจเป็นกองทุนรวมที่ประกอบด้วยสินทรัพย์ที่ได้จากสัญญาซื้อขาย มูรอบาฮะฮ์ ซะลัม อิซติซนาอู การให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ สัญญาอิญาเราะฮ์ และสัญญาร่วมทุน มูซารอกะฮ์ มุดอรอบะฮ์ สุคูกในรูปแบบนี้ SPV จะถือครองสินทรัพย์อ้างอิงในรูปแบบที่หลากหลายทำให้ SPV มีความยืดหยุ่นสูงทั้งในด้านความสามารถในการลงทุนและการเคลื่อนย้ายทุน อย่างไรก็ตามสัดส่วนของสินทรัพย์อ้างอิงจากหลักการซื้อขายในกองสินทรัพย์อ้างอิงทั้งหมดต้องไม่เกิน 49 เปอร์เซ็นต์เพื่อที่จะทำให้ไฮบริดสุคูกสามารถทำการซื้อขายต่อรองราคาได้ในตลาดรองหรือตลาดหลักทรัพย์ (Aroonpoolsup, 2012)

บทสรุป

ด้วยความจำเป็นของตลาดทุนในระบบเศรษฐกิจและข้อห้ามของอิสลามที่เกี่ยวกับดอกเบี้ยสุคูกนำเสนอให้เป็นเครื่องทางการเงินในตลาดทุนที่นักลงทุนมุสลิมสามารถใช้แทนตราสารทางการเงินอื่น ๆ ที่ตั้งอยู่บนหลักการดอกเบี้ย ด้วยกับข้อห้ามของศาสนาอิสลามและความจำเป็นทางธุรกิจและความต้องการที่จะทำให้สุคูกสามารถตอบสนองความต้องการทางธุรกิจและข้อกำหนดของอิสลามได้สมบูรณ์แบบยั่งยืนโครงสร้างสุคูกได้ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องจนตราสารสุคูกมีคุณลักษณะแตกต่างจากตราสารอื่น ๆ ในตลาดทุนเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการมอบความเป็นเจ้าของในสินทรัพย์อ้างอิงให้กับผู้ถือสุคูกการป้องกันผู้ถือสุคูกจากผลกระทบที่จะได้รับจากสภาวะล้มละลายของลูกหนี้ และการจัดระบบดอกเบี้ยออกจากตราสาร SPV ถูกนำมาใช้เพื่อให้สุคูกสามารถสร้างและจ่ายผลประโยชน์ตอบแทนกับผู้ถือโดยไม่ต้องพึ่งพาระบบดอกเบี้ย

ถึงแม้ว่าโครงสร้างของสุคูกจะไม่มีรูปแบบที่แน่นอนตายตัวแต่ทั้งหมดก็ตั้งอยู่บนหลักกว่าที่เป็นที่อนุญาตอิสลามในการทำธุรกิจการเงิน เช่น อัล-มุดอรอบะฮ์: การแบ่งผลกำไรขาดทุน อัล-มูซารอกะฮ์: การร่วมลงทุน อัล-มูรอบาฮะฮ์: การขายแบบเปิดเผยต้นทุนและบวกกำไร อัล-อิญาเราะฮ์: การเช่าหรือการจ้าง อัล-อิซติซนาอู: การว่าจ้างผลิต บัยอฺ อัล-ซะลัม: การขายล่วงหน้า

อย่างไรก็ตามตราสารสุคูกยังต้องถูกพัฒนาอีกมากทั้งในด้านของตัวผลิตภัณฑ์และโครงสร้างตลาดเพื่อที่จะทำให้สุคูกสามารถตอบสนองความต้องการทางธุรกิจและข้อกำหนดทางศาสนาได้อย่างดียิ่งขึ้นในทุกบริบท บทความนี้เพียงนำเสนอลักษณะโครงสร้างพื้นฐานในรูปแบบที่เข้าใจง่ายของตราสารสุคูกในรูปแบบต่างๆ ที่ใช้กันอย่างแพร่หลายในปัจจุบัน เพื่อสร้างความเข้าใจเบื้องต้นแก่ผู้สนใจที่จะศึกษาและต่อยอดในอนาคต

บรรณานุกรม

- Shusak Aroonpoolsup (2012) Islamic Financial Markets: performance and prospects. (Dissertation Doctor of Philosophy in West Asian studies; Economics) Aligarh University, Aligarh.
- ดร.สมิธ อีซอ (2563) หุ้น ตราสารการเงิน ตามหลักอิสลาม กรุงเทพฯ บริษัท เฟิสท์ ออฟเซท (1993) จำกัด.
- Muhammad Ayub,(2007) Understanding Islamic Finance (West Sussex, England: John Wiley &Son Ltd.
- Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions (2017) AAOIFI, Shari's standard No.17
- Refinitiv (2021) Islamic Financial Development Report: Advancing Economics 2021

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยไม่ต้องฝึกอบรม

(Human Resource Development without Training)

โชติชวัล ฟูกิจกาญจน์, เพ็ญพรรณ ชุตติวิสุทธิ์ และพิกุลทอง หงส์หิน

Chotchawan Fukijkarn, Phenphan Chutivisut and Phikunthong Honghin

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยไม่ต้องฝึกอบรม โดยได้แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ (1) วิธีการที่ดำเนินการร่วมกันระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งได้แก่ การฝึกสอน การให้คำปรึกษา การให้คำแนะนำ และการติดตามแม่แบบ (2) วิธีที่ดำเนินการร่วมกันระหว่างเพื่อนร่วมงาน ได้แก่ เพื่อนช่วยเพื่อน ระบบพี่เลี้ยง การจัดกลุ่มรักการอ่าน การจัดการความรู้ และ (3) วิธีที่ดำเนินการเพียงคนเดียว ได้แก่ การขยายงาน เพิ่มคุณค่างาน การมอบหมายงานที่ทำหาย การหมุนเวียนงาน และการเข้าร่วมสมาคม ชุมชนนักปฏิบัติ รวมถึงเครือข่ายต่าง ๆ โดยวิธีการดังกล่าวจะช่วยสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทั้งในด้านความรู้ ด้านทักษะ สติปัญญา ทักษะคิด แรงจูงใจ ประสิทธิภาพ บุคลิกภาพ การบริหาร การทำงานเป็นทีม ด้านศาสนาหรือศีลธรรม รวมไปถึงด้านสุขภาพของพนักงาน อย่างไรก็ตามมีประเด็นที่จะต้องพิจารณาคือ วิธีการที่เลือกใช้จะต้องเหมาะสมกับความสามารถที่ต้องการพัฒนา และควรคำนึงถึงความสนใจของพนักงาน เพศ ช่วงวัย รวมถึงช่วงเวลา และระยะเวลาที่เหมาะสม ทั้งนี้เพื่อประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

คำสำคัญ: การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์; การฝึกอบรม; วิธีการสนับสนุน

Abstract

This article aims to present human resource development without training. It can be divided into 3 types: (1) Methods that are conducted jointly between supervisors and subordinates, which are coaching, counseling, suggestion, and job shadowing. (2) Methods of collaboration among coworkers: peer-assisted learning, mentoring system, reading group, knowledge management, and (3) A one-man approach to job enlargement, job enrichment, strength assignments, job rotation, and joining the association, community of practitioners including various networks by such methods will support the development of human resources in terms of knowledge, skills, intelligence, attitude, motivation, experience, personality, management, teamwork, religious or moral including the health of employees. However, there are issues to consider. The method selected must be suitable for the ability to be developed

and should take into account the interests of employees, gender, and age, including time and appropriate time for efficiency and the effectiveness of human resource development.

Keywords: Human resource development; Training; Supporting techniques

บทนำ

การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง การปรับปรุง (Improvement/Up skill) และเปลี่ยนแปลง (Change/Reskill) ความสามารถของมนุษย์ให้มีความเหมาะสมสอดคล้องกับตำแหน่ง ระดับการทำงาน รวมถึงบริบท (Context) ต่าง ๆ เพื่อให้สามารถปฏิบัติได้ตามเป้าหมายที่หน่วยงานหรือองค์กรกำหนดไว้ทั้งในเชิงประสิทธิภาพ (Efficiency) และประสิทธิผล (Effectiveness) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่นำมาใช้โดยทั่วไปได้แก่ การศึกษา (Education) และการฝึกอบรม (Training)

การศึกษา คือ การพัฒนาความสามารถของทรัพยากรมนุษย์เพื่อการดำเนินชีวิต และเตรียมพร้อมสำหรับการประกอบอาชีพ การศึกษาจึงมีขอบเขตการพัฒนาที่กว้าง และจะเริ่มมีความเฉพาะทางมากขึ้นเมื่ออยู่ในระดับการศึกษาที่สูงขึ้น โดยทั่วไปจะดำเนินการแบบกลุ่มบุคคล และจัดการเรียนการสอนโดยสถาบันการศึกษาที่ถูกรับรองอย่างเป็นทางการ ซึ่งจะมีค่าใช้จ่ายและมีการกำหนดระยะเวลาอย่างชัดเจน ส่วนการฝึกอบรมคือ การมุ่งเน้นพัฒนาความสามารถด้านการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร โดยจะดำเนินการเป็นกลุ่มบุคคล อาจดำเนินการโดยองค์กร หรือสถาบันฝึกอบรม ซึ่งจะมีกำหนดเวลาที่แน่นอน และมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ เช่น การบรรยาย (Lecture) การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop training) การสัมมนา (Training) การสาธิต (Demonstration) การใช้สถานการณ์จำลอง (Simulation) การศึกษาดูงาน (Visiting) เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า การศึกษา และการฝึกอบรมจะมีข้อจำกัดที่คล้ายกัน คือ ต้องคำนึงถึงกำหนดเวลา สถานที่ ค่าใช้จ่าย ซึ่งบางครั้งอาจเป็นข้อจำกัดในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ทำให้การพัฒนาขาดความต่อเนื่องและสม่ำเสมอ อีกทั้งยังต้องดำเนินการเป็นกลุ่ม ซึ่งอาจไม่เฉพาะเจาะจงกับหน้าที่รับผิดชอบส่วนบุคคลเท่าที่ควร ดังนั้น จึงควรใช้วิธีการสนับสนุนอื่น ๆ (Supporting techniques) ที่มีความยืดหยุ่นในเรื่องเวลา สถานที่ และไม่มีค่าใช้จ่ายมาร่วมพัฒนาให้พนักงานมีความสามารถที่สูงขึ้นและมีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบการศึกษา การฝึกอบรม และการสนับสนุน

ประเด็นเปรียบเทียบ	การศึกษา	การฝึกอบรม	การสนับสนุน
เวลา	มีกำหนดเวลาที่แน่นอน	มีกำหนดเวลาที่แน่นอน	ยืดหยุ่นได้
สถานที่	มีการกำหนดสถานที่เฉพาะ	มีการกำหนดสถานที่เฉพาะ	ไม่จำกัดสถานที่
ค่าใช้จ่าย	โดยทั่วไปมีค่าใช้จ่าย	โดยทั่วไปไม่มีค่าใช้จ่าย	ไม่มีค่าใช้จ่าย
การดำเนินการ	ดำเนินการเป็นกลุ่ม	ดำเนินการเป็นกลุ่ม	ดำเนินการเฉพาะบุคคล

ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์

การเลือกใช้วิธีการพัฒนาได้อย่างสอดคล้องกับความสามารถที่ต้องการพัฒนานั้นจำเป็นต้องเข้าใจเกี่ยวกับความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ โดยจะแบ่งเป็น 3 ด้าน ได้แก่

1. **ด้านความรู้ (Knowledge)** หมายถึง ข้อมูลที่ถูกจัดระบบเป็นองค์ความรู้ในสติปัญญาของบุคคล เกี่ยวกับแนวคิด ทฤษฎี แนวทาง กระบวนการ หรือขั้นตอน รวมถึงการแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานตามหน้าที่รับผิดชอบ โดยพิสูจน์ได้จากหลักฐานทางการศึกษา การทดสอบ การนำเสนอ และถ่ายทอดไปสู่บุคคลอื่นได้

2. **ด้านทักษะ (Skills)** หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกในเชิงประจักษ์ถึงระดับความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ความรับผิดชอบ เช่น การใช้เครื่องมืออุปกรณ์ต่าง ๆ การใช้โปรแกรมเฉพาะทาง การพิมพ์ดีด เป็นต้น

3. **ด้านคุณลักษณะ (Attributes)** หมายถึง คุณสมบัติของบุคคลที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานที่อาจซ่อนอยู่ภายใน หรืออาจต้องใช้เวลาในการพิสูจน์ โดยได้จำแนกไว้ ดังนี้

3.1 **ด้านสติปัญญา (Intelligence)** คือ ความสามารถในการคิดวิเคราะห์หรือการคิดแบบจำแนกแยกแยะ (Analysis) การคิดแบบสังเคราะห์หรือการคิดแบบสรุปความ (Synthesis) การคิดเชิงเปรียบเทียบ (Benchmarking) การคิดเชิงบูรณาการ (Integration) การคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative) และการคิดประเมินคุณค่าเพื่อการคัดเลือก (Assessment) การคิดเชิงประเมินผล (Evaluation) รวมถึงการคิดแบบคาดการณ์ (Forecasting)

3.2 **ด้านทัศนคติ หรือเจตคติ (Attitude)** หมายถึง ความเชื่อ และความรู้อยู่ที่ใจ รวมถึงมุมมองทั้งทางด้านบวก ด้านลบ และความเป็นกลางต่อบริบทต่าง ๆ รวมถึงมุมมองต่อตนเอง (Self-concept) ซึ่งควรจะให้คุณค่ากับตนเอง และควรใช้มุมมองเชิงบวกเมื่อพบกับปัญหาอุปสรรค แต่ใช้มุมมองด้านลบเพื่อป้องกันปัญหาอุปสรรคหรืออันตรายต่าง ๆ

3.3 **ด้านแรงขับภายใน (Motive)** คือ แรงจูงใจของบุคคล โดยจำเป็นต้องมีสิ่งจูงใจ หรือเป้าหมายที่ต้องการ เช่น ค่าตอบแทน สวัสดิการที่สูงขึ้น หรือความก้าวหน้าในอาชีพ ซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถในการทำงาน

3.4 **ด้านประสบการณ์ (Experience)** คือ เหตุการณ์ หรือสิ่งต่าง ๆ ที่เคยเรียนรู้ (Learning) หรือกระทำ หรือประสบพบเจอ และสั่งสมมาในอดีต และนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์กับการทำงานในปัจจุบัน และอนาคต

3.5 **ด้านบุคลิกภาพ (Personality)** คือ คุณลักษณะของบุคคลที่ปรากฏ โดยหมายรวมทั้งรูปร่างหน้าตา ผิวพรรณ การแต่งกาย การเดิน การนั่ง การยืน การพูด และอากัปกริยาอื่น ๆ ที่เหมาะสมกับตำแหน่งงาน หน้าที่ความรับผิดชอบ และภาพลักษณ์ขององค์กร

3.6 **ด้านการบริหาร (Management)** หมายถึง ความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่

เพื่อการดำเนินงานตามหน้าที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลจนนำไปสู่ความสำเร็จของหน่วยงานและองค์กร

3.7 ด้านการทำงานเป็นทีม (Teamwork) คือ ความสามารถในการทำงานร่วมกันระหว่างผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด โดยการมีเป้าหมายเดียวกันมีการเสริมจุดเด่นลดจุดด้อยระหว่างกัน มีการสื่อสารแลกเปลี่ยนข้อมูล รวมถึงการให้กำลังใจ ให้อภัยกัน และรับผิดชอบร่วมกัน โดยแบ่งเป็น 2 บทบาท คือ บทบาทการเป็นผู้นำ (Leader) และผู้ตาม (Follower)

3.8 ด้านศาสนา (Religion) หมายถึง ความรู้ความเข้าใจในแก่นแท้ของศาสนาด้วยการศึกษาเปรียบเทียบทุกศาสนาจากหลักฐานที่ถูกต้อง และตัดสินใจเลือกศรัทธาและปฏิบัติตามด้วยความสมัครใจทั้งด้านการดำเนินชีวิต และการประกอบอาชีพ โดยจะให้ความสำคัญในเรื่องบาปบุญคุณโทษ จรรยาบรรณและกฎระเบียบ รวมถึงสามารถตัดสินใจและผิด ดีหรือไม่ดีตามหลักการศาสนาที่เลือกนับถือ

3.9 ด้านสุขภาพ (Health) คือ ความแข็งแรงทางร่างกายที่แสดงถึงความพร้อมและเหมาะสมต่อการปฏิบัติงานตามหน้าที่รับผิดชอบ



ภาพที่ 1 ความสามารถของทรัพยากรมนุษย์

วิธีการสนับสนุน

ดังที่อธิบายไปข้างต้นว่าโดยทั่วไปการศึกษา และการฝึกอบรมจะดำเนินการแบบกลุ่มบุคคล และมีค่าใช้จ่าย โดยจะมีการกำหนดช่วงเวลา ระยะเวลา และสถานที่ไว้อย่างชัดเจน ด้วยลักษณะดังกล่าวอาจไม่

ตอบโจทย์การพัฒนาความสามารถเฉพาะตำแหน่งหรือเฉพาะบุคคล และอาจไม่สามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอเนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลา สถานที่ และงบประมาณ ดังนั้นจึงควรใช้วิธีการสนับสนุนอื่น ๆ มาร่วมในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์กร โดยได้จัดแบ่งเป็นประเภทและได้นำเสนอไว้ ดังนี้

วิธีการสนับสนุนที่ดำเนินการร่วมกันระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา

1. **การฝึกสอน (Coaching)** คือ การที่ผู้บังคับบัญชาช่วยฝึกสอนเพื่อเพิ่มพูนความรู้และปรับปรุงแก้ไข รวมถึงพัฒนาทักษะการทำงานอย่างเฉพาะเจาะจงให้กับผู้ใต้บังคับบัญชา จนพนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ตามมาตรฐานที่กำหนด หรือเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ในขณะที่ฝึกสอนควรกำหนดให้เป็นผู้บังคับบัญชาหนึ่งคนต่อผู้ใต้บังคับบัญชาหนึ่งคน สามารถฝึกสอนได้ทั้งขณะทำงานจริง และจัดสถานการณ์เสมือนจริง

2. **การให้คำปรึกษา (Counseling)** คือ การที่ผู้บังคับบัญชาให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ขอรับคำปรึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มพูนความรู้ แรงจูงใจ การปรับทัศนคติ เพิ่มความเข้าใจในเรื่องศีลธรรม และถ่ายทอดประสบการณ์ ซึ่งทำให้ประเด็นต่าง ๆ มีความชัดเจนขึ้น แต่การตัดสินใจยังขึ้นอยู่กับผู้ขอรับการปรึกษา โดยทั่วไปควรให้พูดคุยหนึ่งต่อหนึ่งเพื่อรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้เข้ารับการปรึกษา

3. **การให้คำแนะนำ (Suggestion)** คือ การที่ผู้บังคับบัญชาให้ข้อแนะนำพร้อมกับช่วยตัดสินใจในประเด็นปัญหาต่าง ๆ โดยชี้แจงหรืออธิบายอย่างเป็นเหตุเป็นผล เพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้เพิ่มพูนความรู้ ได้รับแรงจูงใจ หรือทัศนคติที่ดี อาจรวมไปถึงด้านสุขภาพ และความเข้าใจทางศีลธรรมที่เหมาะสมกับการทำงาน

4. **การติดตามแม่แบบ (Job shadowing)** เป็นการให้พนักงานที่ผู้บังคับบัญชาประเมินแล้วว่ามีความสามารถในการเป็นผู้บริหารในอนาคต คอยติดตาม และเรียนรู้การทำงานของผู้บังคับบัญชาอย่างใกล้ชิด เพื่อเตรียมตัวรับตำแหน่งที่สูงขึ้น ซึ่งผู้บังคับบัญชาอาจมีการสอนงาน รวมถึงให้คำปรึกษาแนะนำไปในขณะเดียวกัน วิธีนี้จึงสามารถใช้เพื่อเพิ่มพูนความรู้ความสามารถด้านการบริหาร ด้านสติปัญญา และประสบการณ์ รวมถึงบุคลิกภาพของพนักงาน

วิธีการที่ดำเนินการร่วมกันระหว่างเพื่อนร่วมงาน

1. **การเรียนรู้แบบเพื่อนช่วยเพื่อน (Peer-assisted learning)** วิธีนี้ถูกนำเสนออย่างเป็นทางการโดยบริษัท BP Amoco plc. คือ การส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดความรู้ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แบ่งปันข้อมูล ช่วยเหลือเกื้อกูล ระหว่างเพื่อนร่วมงาน โดยจะใช้วิธีนี้เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน และพัฒนาความรู้ความสามารถของพนักงานด้านความรู้ ทักษะ และการทำงานเป็นทีม

2. **ระบบพี่เลี้ยง (Mentoring system)** คือ การกำหนดให้ผู้ที่มีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่าคอยให้คำแนะนำในการเตรียมให้พร้อมกับการปฏิบัติงานที่ต้องรับผิดชอบทั้งในด้านร่างกาย และจิตใจในการปรับตัวให้เหมาะสมคุ้นเคยกับลักษณะและวัฒนธรรมขององค์กร โดยจัดให้มีพี่เลี้ยงหนึ่งคนต่อพนักงานหนึ่งคน ระบบพี่เลี้ยงมีวัตถุประสงค์เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์ ปรับทัศนคติ และเสริมสร้างการทำงานเป็นทีม

3. **การจัดกลุ่มรักการอ่าน (Reading group)** คือ การส่งเสริมให้พนักงานอ่านหนังสือ บทความ สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับสายงาน ถ้าเป็นหนังสืออาจแบ่งส่วนอ่านและทำความเข้าใจ หรืออาจแบ่งหนึ่งคนต่อหนึ่งเล่ม หรือหนึ่งคนต่อหนึ่งบทความ หรือหนึ่งคนต่อหนึ่งคอลัมน์จากสื่อสิ่งพิมพ์ หรือสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น ครั้งละครึ่งชั่วโมง อาทิตย์ละหนึ่งครั้ง แล้วมาร่วมแลกเปลี่ยน พร้อมกับแสดงการนำความรู้ความเข้าใจที่ได้มาปรับใช้กับตนเอง และองค์กร วิธีนี้จะช่วยเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ และการทำงานเป็นทีมให้กับพนักงานได้เป็นอย่างดี

4. **การจัดการความรู้ (Knowledge management: KM)** คือ การส่งเสริมให้พนักงานร่วมกัน ค้นคว้าแสวงหาความรู้ หรือนำความรู้ที่มีอยู่มาจัดหมวดหมู่อย่างเป็นระบบ พร้อมต่อการนำไปแบ่งปัน และนำไปใช้ทั้งในปัจจุบันและอนาคต วิธีนี้จะช่วยพัฒนาให้พนักงานมีความรู้มากขึ้น มีการฝึกการคิดเชิงระบบ (Systematic thinking) เพิ่มความสามารถทางการบริหาร และการทำงานเป็นทีม

วิธีที่ปฏิบัติเพียงคนเดียว

1. **การขยายงาน (Job enlargement)** กล่าวคือ เป็นการเพิ่มปริมาณงานให้กับพนักงานเพื่อเพิ่มพูนความสามารถทางการวางแผนและบริหารจัดการและการทำงานเป็นทีมเพื่อเตรียมพร้อมรับในการตำแหน่งบริหารในอนาคต เช่น การรับผิดชอบในหน้าที่งานของฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ ทั้งการสรรหา คัดเลือก การพัฒนา สวัสดิการ ฯลฯ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้จัดการฝ่ายทรัพยากรมนุษย์ เป็นต้น

2. **การเพิ่มคุณค่างาน (Job enrichment)** คือ การมอบหมายงานให้กับพนักงานที่องค์กรพิจารณาแล้วมีความรู้ความเชี่ยวชาญเหมาะสมให้ทำงานที่มีเอกลักษณ์ และมีความสำคัญยิ่งขึ้น รวมถึงให้อิสระในการคิด และตัดสินใจ พร้อมทั้งรับผิดชอบในงานนั้น เช่น การให้รับผิดชอบผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ขององค์กรตั้งแต่การวางแผน ออกแบบ คัดสรรทรัพยากร จนถึงการจัดจำหน่าย และผลตอบรับจากลูกค้า เป็นต้น วิธีนี้จึงเป็นการพัฒนาด้านความรู้ สติปัญญา ประสบการณ์ การบริหาร การทำงานเป็นทีมของพนักงาน

3. **การมอบหมายงานที่ท้าทาย (Stretch assignment)** หมายถึง การให้พนักงานได้ทำงานที่

แปลกใหม่ แต่สลับซับซ้อนและค่อนข้างยากต่อการทำให้สำเร็จ เช่น การแสวงหากลยุทธ์เพื่อเอาชนะคู่แข่งทางธุรกิจ การแก้ปัญหาวิกฤตขององค์กร เป็นต้น วิธีเหล่านี้จะช่วยให้พนักงานมีความภาคภูมิใจในตำแหน่งหน้าที่ และความสามารถของตน ซึ่งอาจใช้เพื่อพัฒนาด้านความรู้ สติปัญญา และสร้างแรงจูงใจ

4. การหมุนเวียนงาน (Job rotation) คือ การสลับสับเปลี่ยนหน้าที่ความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งงาน เพื่อเพิ่มความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ให้สามารถทำงานแทนกันได้เมื่ออยู่ในภาวะจำเป็น และยังช่วยลดความเบื่อหน่ายในการทำงานที่ซ้ำกันทุกวัน รวมถึงทำให้การเข้าใจเพื่อนร่วมงานมากขึ้นทำให้สามารถประสานงานได้อย่างราบรื่นมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การหมุนเวียนงานจะใช้กับตำแหน่งหน้าที่ทั่วไป ไม่ใช่อาชีพเฉพาะทาง เช่น การสลับสับเปลี่ยนจุดทำงานระหว่างพนักงานในร้านสะดวกซื้อ หรือแม่บ้าน คนสวน หรือการสลับจุดประจำการของพนักงานรักษาความปลอดภัย ซึ่งไม่สามารถสลับระหว่างผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อ กับผู้จัดการฝ่ายบัญชี หรือสลับแพทย์กับพยาบาลได้ นอกจากนี้ก่อนการหมุนเวียนงานจำเป็นที่จะต้องฝึกอบรม หรือฝึกสอนให้พนักงานมีความเชี่ยวชาญในงานนั้นเป็นอย่างดี เพราะหากผิดพลาดอาจส่งผลกระทบต่อผลการปฏิบัติงาน รวมถึงความปลอดภัยในการทำงาน

5. การเข้าร่วมกับสมาคมวิชาชีพ และการสร้างเครือข่ายและชุมชนนักปฏิบัติ

(Professional association, Networking & Community of practice: CoP) องค์กรควรส่งเสริมให้พนักงานได้มีโอกาสเข้าร่วมกับสมาคมในวิชาชีพ รวมถึงส่งเสริมให้พนักงานได้เข้าร่วมประชุมสัมมนาในหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับสายงานเพื่อเปิดโลกทัศน์รับมุมมองใหม่ ๆ และเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ที่เกี่ยวพันกับวิชาชีพของตน พร้อมกับได้มีโอกาสรวมกลุ่มแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับเพื่อนในองค์กรเดียวกัน หรือต่างองค์กรที่อยู่ในสายงานใกล้เคียงกัน วิธีนี้จะช่วยพัฒนาความรู้ ประสบการณ์ และจรรยาบรรณในวิชาชีพให้มีความครอบคลุมและลึกซึ้งยิ่งขึ้น

ตารางที่ 2 วิธีการสนับสนุนกับจุดเน้นการพัฒนา

วิธีการ/ความสามารถ	วิธีระหว่างผู้บังคับบัญชากับผู้ใต้บังคับบัญชา				วิธีระหว่างเพื่อนร่วมงาน				วิธีที่ดำเนินการเพียงคนเดียว				
	ฝึกสอน	ปรึกษา	แนะนำ	แม่แบบ	เพื่อนช่วยเพื่อน	พี่เลี้ยง	รักการอ่าน	จัดการความรู้	ขยายงาน	เพิ่มคุณค่างาน	งานที่ท้าทาย	หมุนเวียนงาน	เครือข่าย
ความรู้	✓	✓	✓	✓	✓			✓		✓	✓	✓	✓
ทักษะ	✓				✓							✓	
สติปัญญา				✓				✓		✓	✓		
ทัศนคติ		✓	✓			✓	✓						
แรงขับ		✓	✓							✓			
ประสบการณ์		✓		✓		✓	✓			✓		✓	✓
บุคลิกภาพ				✓									
บริหาร				✓				✓	✓	✓			
ทีม					✓	✓	✓	✓	✓	✓			
ศาสนา		✓	✓										✓
สุขภาพ			✓			✓							

จะเห็นได้ว่ามีหลากหลายวิธีในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์โดยไม่ต้องฝึกอบรม แต่จำเป็นที่จะต้องนำไปปรับใช้อย่างเหมาะสม เพราะแต่ละวิธีจะจุดเน้นในการพัฒนา ประโยชน์ และข้อจำกัดที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่อการศึกษามากยิ่งขึ้น ลำดับถัดไปจะนำเสนอประเด็นที่จะต้องพิจารณาในการเลือกวิธีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ เพื่อให้เป็นประโยชน์ในการนำไปปฏิบัติจริง

ประเด็นพิจารณาเพื่อเลือกวิธีการพัฒนา

วิธีการสนับสนุนเพื่อพัฒนาความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ให้ส่งผลสำเร็จต่อองค์กร และไม่เกิดปัญหาในภายหลังจำเป็นต้องพิจารณาหลายแง่มุมเพื่อเลือกวิธีการพัฒนาความสามารถที่เหมาะสม โดยได้นำเสนอไว้ ดังนี้

1. **วัตถุประสงค์ และวิธีการพัฒนา:** ควรพิจารณาถึงความสอดคล้องระหว่างด้านที่ต้องการพัฒนา และวิธีการพัฒนา เช่น หากต้องการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในเชิงทักษะที่เฉพาะเจาะจงควรใช้การสอนงาน แต่ต้องการเพิ่มความสามารถทางการบริหารอาจใช้การขยายงาน เป็นต้น

2. **พนักงาน:** เนื่องจากพนักงานแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน จึงจำเป็นต้องพิจารณารูปแบบและวิธีการพัฒนาความสามารถให้เหมาะสมกับคุณลักษณะของพนักงาน ซึ่งมีประเด็นที่ควรคำนึงถึงดังต่อไปนี้

2.1 ความสนใจของพนักงาน: ควรเลือกสรรประเด็น และวิธีการพัฒนาให้สอดคล้องกับ

ความสนใจของพนักงาน ซึ่งพนักงานบางคนอาจต้องการอิสระทางความคิดและการตัดสินใจอาจใช้วิธีการเพิ่มคุณค่างาน ขณะที่บางคนต้องการงานที่แปลกใหม่อาจต้องใช้การมอบหมายงานที่ท้าทาย เป็นต้น

2.2 ระดับการทำงาน: ควรเลือกวิธีการพัฒนาให้เหมาะสมกับระดับการทำงาน

โดยอาจแบ่งได้เป็น 6 ระดับ ตามหน้าที่รับผิดชอบ ได้แก่ ระดับบริหาร (Executive level) ระดับจัดการ (Management level) ระดับควบคุม (Control level) ระดับปฏิบัติการ (Operational level) ระดับฝึกปฏิบัติ (Practice level) และระดับแรงงาน (Labor level)

3. เพศ หมายถึง การคำนึงถึงประเด็นทางศีลธรรม วัฒนธรรมประเพณี เช่น หากจะใช้การสอนงาน การให้คำปรึกษาแนะนำ การใช้ระบบพี่เลี้ยง หรือเพื่อนช่วยเพื่อนอาจต้องพิจารณาหัวหน้างาน หรือพนักงานที่เป็นเพศเดียวกัน เพื่อความสบายใจของทุกฝ่าย และเป็นการป้องกันปัญหาเชิงคู่สาวในสำนักงาน หรือคำติชมที่อาจเกิดขึ้นได้ เป็นต้น

4. ช่วงวัย กล่าวคือ การคำนึงถึงเรื่องอายุ เพื่อให้เกิดความเหมาะสมในการเลือกวิธีการพัฒนา เช่น หากพนักงานในระดับเดียวกันมีความอาวุโสกว่าอาจใช้ระบบพี่เลี้ยง และแต่ถ้าช่วงวัยใกล้เคียงกันอาจใช้วิธีเพื่อนช่วยเพื่อน เป็นต้น

5. ช่วงเวลา และระยะเวลา: การพิจารณาเกี่ยวกับช่วงเวลา และระยะเวลาที่จะใช้ในการพัฒนา โดยแบ่งเป็น 2 ประเด็น คือ

5.1 ช่วงเวลา (Time) และระยะเวลา (Period) ที่ใช้ในการพัฒนาไม่ควรส่งผลกระทบต่อภาระงานประจำมากเกินไป เช่น ไม่ควรดำเนินการในช่วงที่มีภาระงานเร่งด่วน หรือใช้ระยะเวลาในการดำเนินการนานเกินไป

5.2 ช่วงเวลา และระยะเวลาที่ใช้ในการพัฒนาจำเป็นต้องสอดคล้องกับด้านที่ต้องการพัฒนา เช่น การใช้วิธีการติดตามแม่แบบจำเป็นต้องเริ่มต้นในเวลาที่มีพนักงานมีความพร้อม และต้องใช้เวลาพอสมควรซึ่งไม่ใช่ระยะเวลาที่สั้นจนเกินไปเพื่อให้พนักงานได้รับการถ่ายทอดความรู้ความสามารถอย่างเต็มที่จนมีความพร้อมกับตำแหน่งที่ต้องรับผิดชอบ เป็นต้น

จะเห็นได้ว่า ประเด็นต่าง ๆ ข้างต้น มีความจำเป็นที่ต้องให้ความสำคัญในการพิจารณา เพื่อให้การพัฒนาความสามารถของทรัพยากรมนุษย์เหมาะสมกับสถานการณ์ และบริบทต่าง ๆ ซึ่งจะส่งผลให้พนักงานมีความสามารถเพิ่มขึ้นและสร้างประโยชน์ให้กับองค์กรต่อไปทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

สรุป

การศึกษาและการฝึกอบรมจะมีการกำหนดเวลา สถานที่ และมีค่าใช้จ่าย ซึ่งอาจทำให้การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขาดความต่อเนื่องและสม่ำเสมอ อีกทั้งยังเป็นดำเนินการเป็นกลุ่ม จึงอาจไม่เฉพาะเจาะจงกับการพัฒนาส่วนบุคคลเท่าที่ควร ดังนั้นองค์กร หรือหน่วยงาน อาจใช้วิธีการดังที่ได้อธิบายไปข้างต้นซึ่งจะไม่มีค่าใช้จ่าย มีความยืดหยุ่น และมีความเฉพาะตัวมากกว่ามารวมสนับสนุนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

อย่างไรก็ตาม ประเด็นสำคัญที่สมควรนำมาพิจารณาในการเลือกวิธีการพัฒนา ได้แก่ วัตถุประสงค์และวิธีในการพัฒนา ความสนใจและระดับการทำงานของพนักงาน เพศ ช่วงวัย รวมถึงระยะเวลา ทั้งนี้เพื่อประสิทธิภาพ และประสิทธิผลของการพัฒนาความสามารถของทรัพยากรมนุษย์ อันจะนำมาซึ่งความสำเร็จขององค์กร

บรรณานุกรม

โชติชวัล พุทธิกาญจน์. (2559). *การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.

_____. (2562). *การจัดการขีดความสามารถ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ปัญญาชน.

_____. (2562). *อภิธานศัพท์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Bhatawdekar, S. & Bhatawdekar, K. (2015). *Competency management (competency matrix and competencies)*. Pune: Prodcons.

Cripe, E. J. (2012). *Competency development guide*. (5thed.). Fort Lauderdale, FL: Workitect.

Delahaye, B. L. (2005). *Human resource development: adult learning and knowledge management*. (2nded.). Milton: John Wiley & Sons.

Dubois, D. D. & Rothwell, W. J. (2010). *Competency-based human resource management*. Boston, MA: Nicholas Brealey.

Garavan, T. N. (2007). A strategic perspective on human resource development. In D. McGuire, D. O'Donnell, T.N. Garavan, S. Watson, & W.E.A. Ruona (Eds.), *Advances in Developing Human Resources*, 9(1), 11-30.

Gilley, J. W., Eggland, S. A., & Gilley, A. M. (2002). *Principles of human resource development*. (2nded.). Cambridge: Perseus.

Haslinda, A. (2009). Evolving terms of human resource management and development. *The Journal of International Social Research*, 2(9), 180-187.

Kessler, R. (2012). *Competency-based interviews*. (Revised edition). Pompton Plains, NJ: The Career Press.

McGuire, D. (2014). *Human resource development*. (2nded.). Los Angeles: Sage.

Nadler, L. (1990). Human resource development. pp. 1.1-1.47. In L. Nadler & Z. Nadler, eds. *The handbook of human resource development*. (2nded.). New York: John Wiley & Sons.

Rothwell, W. J. & Graber, J. M. (2010). *Competency-based training basics*. East Peoria: Versa Press.

- Sanghi, S. (2007). *The handbook of competency mapping*. (2nded.). New Delhi. Response Books.
- Swanson, R. A., & Holton, E. F. (2009). *Foundations of human resource development*. (2nded.). San Francisco: Berrett-Koehler.
- Swart, J., Mann, C., Brown, S., & Price, A. (2005). *Human resource development: strategy and tactics*. Chennai: Charon Tec Pvt.
- Walton, J. & Valentin, C. (2013). *Human resource development practices and orthodoxies*. London. Macmillan.
- Werner, J. M. & DeSimone, R. L. (2012). *Human resource development*. (6thed.). Mason, OH: South Western.
- Yorks, L. (2005). *Strategic human resource development*. Mason, OH: South Western Thomson.

ภาวะผู้นำแบบอิสลาม

(Islamic Leadership)

โชติชวัล ฟุกิจกาญจน์

Chotchawan Fukijkarn

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอภาวะผู้นำแบบอิสลามโดยจะแบ่งเป็น 6 มิติ ได้แก่ (1) ด้านอุดมการณ์ ซึ่งประกอบไปด้วยการไม่ขอตำแหน่งผู้นำ การมุ่งสร้างองค์กรแห่งความดี การมีความซื่อสัตย์และไม่ใช้อำนาจไปในทางที่ผิด รวมถึงการยึดทางสายกลาง การยอมรับผิดแต่ต้องไม่ผิดซ้ำ (2) ด้านบุคลิกภาพ ประกอบไปด้วยการมีความสุขรอบคอบและไม่ทะนงตน การพูดที่ดี การพูดความจริง การมีความเข้มแข็งและมีความอดทน การมีความเบิกบานและอ่อนโยน การออกห่างจากสิ่งไร้สาระและขัดเกลิตนเอง การแสวงหาความรู้อยู่เสมอ การมีความกระตือรือร้น การไม่โอ้อวดไม่ินินทาไม่ใส่ร้าย การไม่มองในแง่ร้ายและไม่แสวงหาความผิด (3) ด้านการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้นำ กล่าวคือผู้นำจะต้องมีการปรึกษาหารือ และแสดงความคิดเห็นด้วยสิ่งที่ดีกว่า รวมถึงออกห่างจากการโต้เถียงและไม่แสดงความคิดเห็นในสิ่งที่ไม่มีความรู้ (4) ด้านการตัดสินใจพิพาท โดยผู้นำจะต้องมีความยุติธรรม และมีการสอบสวนอย่างรอบคอบ รวมถึงผู้นำต้องเป็นผู้ประนีประนอมและปกป้องผู้ถูกละเมิด (5) ผู้นำกับผู้ใต้บังคับบัญชา ได้แก่ ผู้นำต้องส่งเสริมความสามัคคี ผู้นำพูดแล้วต้องทำเป็นแบบอย่างและรักษาสัญญา ผู้นำต้องใช้คนตามความสามารถ ผู้นำต้องทำให้ง่ายแต่ไม่ผิด ผู้นำต้องให้คำปรึกษาและการตักเตือนที่ดี รวมถึงให้ออกาสคนที่ทำผิดพลาด ผู้นำต้องเป็นผู้มีเมตตาและเสียสละ ผู้นำต้องขอขอบคุณและให้รางวัล ผู้นำจะไม่ชมเชยมากเกินไป (6) ด้านการจัดการกับความผิด ได้แก่ ผู้นำคือผู้ปรับปรุงแก้ไข ยอมรับความจริง ให้อภัย ยึดมั่นในสิ่งที่ถูกต้อง และออกห่างจากพฤติกรรมที่ไม่ดี

คำสำคัญ: อิสลาม; ผู้นำ; ภาวะผู้นำ

Abstract

This article aims to present Islamic leadership in 6 dimensions: (1) Ideology; which includes not asking for a leadership position. Aiming to build an organization of good deeds. Being honest and not abusing your power including take the balance. Accepting mistakes but not repeating them. (2) Personality: It consists of being prudent and not arrogant, speaking well, speaking the truth, having strength and patience being cheerful and gentle. Away from nonsense and self-refined, always seeking knowledge, enthusiasm, not enviousness, not

gossip, not slander, not pessimism, and not seeking fault; (3) Leadership's exchange of opinions: leaders must have consultations, and comment on what is better including staying away from arguments, and not expressing opinions on things without knowledge; (4) The leader must have justice, and a careful investigation, including the leader, must be a compromise and protect the unjust. (5) Leaders and their subordinates: including leaders must promote unity. Leaders have said that they set a model and keep their promises. Leaders need people according to their abilities. Leaders have to make things easy but not wrong. Leaders need good counseling and admonition, including giving opportunities to those who make mistakes. Leaders must be compassionate and selfless. Leaders are grateful and rewarded. Leaders are not overly commended. (6) In the management of wrongdoings: leaders are developers, accept the truth, forgive, hold on to what is right, and stay away from bad behavior.

Keywords: Islam; Leader; Leadership

บทนำ

นิตยสารข่าวรายสัปดาห์ไทม์ (Time) ของสหรัฐอเมริกาได้เผยแพร่บทความเรื่อง “ใครคือผู้นำที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประวัติศาสตร์” (Who Were History's Great Leaders?) ของ Masserman (1974) นักจิตวิเคราะห์ชาวอเมริกัน โดยเขาได้กำหนดเกณฑ์การคัดเลือกผู้นำที่ยิ่งใหญ่ที่สุดตลอดกาลไว้ดังนี้ (1) เป็นผู้มอบความเป็นอยู่ที่ดีแก่ผู้ที่อยู่ใต้การปกครอง (2) เป็นผู้จัดตั้งองค์กรทางสังคมที่ทำให้คนที่อยู่อาศัยมีความมั่นคงปลอดภัย และ (3) เป็นผู้นำสังคมไปสู่ความเชื่อที่เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หลังจากพิจารณาอย่างรอบคอบแล้ว เขาได้ข้อสรุปว่า “คนที่เป็นผู้นำที่ยิ่งใหญ่ที่สุดตลอดกาลคือท่านศาสนทูตมุฮัมมัด {ช.ล.} ผู้ซึ่งทำหน้าที่ทั้งสามได้อย่างครบถ้วน”

นอกจากนี้ Hart (1992) นักดาราศาสตร์ฟิสิกส์ชาวอเมริกัน เขาได้เขียนหนังสือเกี่ยวกับการจัดอันดับบุคคลที่ทรงอิทธิพลที่สุดในประวัติศาสตร์ (The 100: A Ranking of The Most Influential Persons in History) และเขาได้จัดให้ท่านศาสนทูตมุฮัมมัด {ช.ล.} อยู่ในอันดับที่ 1 โดยให้เหตุผลว่าท่านศาสนทูตเป็นบุคคลเดียวในประวัติศาสตร์ที่ประสบความสำเร็จอย่างสูงสุดทั้งในด้านศาสนาและทางโลก จะเห็นได้จากในปัจจุบันมีประชากรมุสลิมที่ดำเนินชีวิตตามแนวทางท่านเกือบ 2,000 ล้านคนทั่วโลก (Worldpopulationreview.com)

ยิ่งไปกว่านั้น Pew Research Center ศูนย์วิจัยสำคัญในสหรัฐอเมริกาเปิดเผยในรายงานชื่อ The Changing Global Religious Landscape ว่าในช่วงปี ค.ศ. 2015-2060 ประชากรมุสลิมจะเพิ่มขึ้นราว 70% (โตมร สุขปริษา, 2560) ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่รวดเร็วที่สุดในโลก นอกจากนี้ผลการศึกษาของ

ศูนย์วิจัย Pew ยังบ่งชี้ว่า ภายในปี ค.ศ. 2070 อิสลามจะก้าวขึ้นเป็นศาสนาที่ใหญ่ที่สุดในโลก (บีบีซีนิวส์, 2560) จากหลักฐานดังกล่าว มนุษย์ทุกเชื้อชาติศาสนาจึงสมควรที่จะศึกษาภาวะผู้นำแบบอิสลามเพื่อนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์กับการดำเนินชีวิตรวมถึงการบริหารจัดการองค์กรและสังคมโลก

ภาวะผู้นำแบบอิสลาม

การนำเสนอภาวะผู้นำแบบอิสลามจำเป็นต้องนำหลักฐานมาจากคัมภีร์กุรอานซึ่งเป็นวาระของอัลลอฮ์ผู้ซึ่งเป็นพระเจ้าที่เที่ยงแท้แต่เพียงองค์เดียว และแนวทางแบบอย่างของท่านศาสนทูตมุฮัมมัด {ซ.ล.} โดยได้เรียบเรียงไว้เป็นลำดับ ดังนี้

อุดมการณ์ของผู้นำ

1. ผู้นำจะไม่ขอตำแหน่งผู้นำ

ผู้นำที่แท้จริงจะไม่แสดงความโลภในตำแหน่งด้วยการเสนอตนเองเพื่อขึ้นเป็นผู้นำดังที่ท่านศาสนทูตได้กล่าวไว้ว่า “จงอย่าหาทางที่จะเป็นผู้ปกครอง เพราะถ้าหากท่านได้รับอำนาจหน้าที่จากการขอมันมา (เสนอตัว) มันจะเป็นภาระสำหรับท่าน (เนื่องจากจะไม่มีใครช่วยเหลือ) แต่ถ้าหากท่านได้รับมันมาโดยไม่ได้ขอ (มีการคัดเลือก) ท่านจะได้รับความช่วยเหลือในการปกครอง (เนื่องจากเป็นที่ต้องการของผู้ตาม)” [บุคอรีและมุสลิม] อย่างไรก็ตาม บางกรณีที่อยู่ในภาวะคับขัน และยังไม่สามารถร่วมกันเลือกผู้นำที่มีคุณสมบัติเหมาะสมได้ อาจมีความจำเป็นที่บุคคลที่มั่นใจว่าตนเองมีความพร้อมจะต้องอาสาตนเองเป็นผู้นำชั่วคราวในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าโดยมีเป้าหมายเพื่อป้องกันผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นได้

2. ผู้นำต้องสร้างองค์กรแห่งความดี

คัมภีร์กุรอาน [3:104] กำชับว่า “จงให้มีขึ้นจากพวกเจ้าซึ่งคณะหนึ่งที่จะเชิญชวนไปสู่ความดีและใช้ให้กระทำการที่ชอบ และห้ามมิให้กระทำการที่มิชอบและชนเหล่านี้แหละพวกเขาคือผู้ได้รับความสำเร็จ” ดังนั้นผู้นำจึงต้องสร้างองค์กรให้เป็นองค์กรแห่งความดีที่จะสร้างสรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์กับสังคม และช่วยกันยับยั้งในสิ่งที่ผิดตามหลักการศาสนาตามความเชี่ยวชาญของตน [อัญมณีอับรอไนเย]

3. ผู้นำต้องมีความซื่อสัตย์และไม่ใช้อำนาจไปในทางที่ผิด

ศาสนาอิสลามให้ความสำคัญกับความซื่อสัตย์เป็นอย่างยิ่ง [กุรอาน, 28:26] ดังนั้นผู้นำแบบอิสลามจึงจะต้องออกห่างจากการทุจริตคดโกงทุกประเภท [กุรอาน, 6:152; 17:35; 83:2-3] นอกจากนี้ผู้นำต้องตระหนักว่าตนคือผู้มีอิทธิพลในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้มากกว่าผู้ตาม การสั่งการหรือการกระทำของผู้นำมักส่งผลกระทบในวงกว้าง ดังนั้น หากผู้นำใช้อำนาจในทางที่ถูกต้องเหมาะสมสอดคล้องกับหลักการศาสนา ย่อมจะส่งผลให้เกิดประโยชน์อย่างมากมาย ในทางตรงข้ามหากผู้นำใช้อำนาจไปในทางที่ขัดกับหลักการศาสนา และกฎระเบียบทางสังคมอันเนื่องมาจากเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน หรือพวก

พ้องยอมจะส่งผลเสียอย่างใหญ่หลวงต่อองค์กร และสังคมเช่นกัน ซึ่งจะเป็นการฝ่าฝืนคัมภีร์กุรอาน [7:56] ที่ได้เตือนไว้ว่า “อย่าก่อความเสียหายไว้ในแผ่นดิน”

4. ผู้นำต้องยึดสายกลาง

การดำเนินงานจะบรรลุถึงเป้าหมายหลักได้นั้น ผู้นำจะต้องไม่ให้ความสำคัญกับบางสิ่งบางอย่างมากเกินไปแม้จะเป็นสิ่งที่ดีก็ตาม แต่ผู้นำจะต้องจัดลำดับความสำคัญกิจการงานต่าง ๆ ในองค์กรอย่างมีดุลยภาพ [กุรอาน, 2:143] โดยมีเป้าหมายให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอ และรอบด้านทั้งในเชิงประสิทธิภาพและประสิทธิผลบนพื้นฐานความถูกต้องตามหลักศาสนา และกฎกติกาของสังคม ดังที่ท่านศาสนทูตได้กล่าวว่า

“พวกท่านจงมุ่งมั่นทำให้สิ่งที่ถูกต้อง พวกท่านอย่าทำความดีอย่างเฉยเถิด พวกท่านจงทำความดีในช่วงเช้า ช่วงบ่าย และช่วงหนึ่งของเวลาค่ำ พวกท่านจงยึดทางสายกลาง จงยึดสายกลาง พวกท่านจะบรรลุถึงเป้าหมาย” [บุคอรี] และที่สำคัญท่านศาสนทูตแนะนำว่าจะต้องดำเนินการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องสม่ำเสมอแม้อาจทำได้เพียงเล็กน้อยก็ตาม [บุคอรี]

5. ผู้นำต้องยอมรับผิดแต่ไม่ผิดซ้ำสอง

ท่านศาสนทูตได้กล่าวว่า “ทุกคนย่อมมีความผิดและผู้ที่ดีที่สุดในหมู่ผู้มีความผิดคือผู้ที่กลับเนื้อกลับตัว” [ติรมิซี, อะหฺมัด, อิบฺนุมาญะฮฺ และฮาเกิม] ดังนั้นผู้นำจะต้องตระหนักว่าความผิดพลาดหรือบกพร่องสามารถเกิดขึ้นกับมนุษย์ทุกคนไม่ว่าจะผู้นำหรือผู้ตาม และเมื่อผู้นำรู้ตัวชัดเจนว่าได้ปฏิบัติในสิ่งที่ผิดพลาดจะต้องยอมรับในความผิดนั้น และปรับปรุงแก้ไข ดังที่คัมภีร์กุรอาน [9:74] ได้ระบุว่า “หากพวกเขาสำนึกผิดกลับเนื้อกลับตัว ก็เป็นสิ่งดีแก่พวกเขา” เพราะการยอมรับผิดและปรับปรุงแก้ไขจะส่งผลให้ผู้นำมีการพัฒนาตนเอง อย่างไรก็ตามผู้นำจะต้องนำความผิดมาเป็นบทเรียนเพื่อไม่ให้เกิดความผิดแบบเดิมซ้ำสอง [บุคอรี]

บุคลิกภาพผู้นำ

1. ผู้นำจะต้องมีความสุขรอบคอบและไม่ทะนงตน

ในคัมภีร์กุรอาน [16:125] และคำสอนของท่านศาสนทูตได้ให้ความสำคัญกับความสุ่มรอบคอบ ซึ่งหมายถึงการมีบุคลิกภาพที่มั่นคงหนักแน่น โดยจะต้องมีการพิจารณาไตร่ตรองอย่างถี่ถ้วนรอบด้านก่อนที่จะตัดสินใจพูดหรือดำเนินการสิ่งต่าง ๆ นอกจากนี้ผู้นำจะต้องรำลึกเสมอว่าผู้ตาม หรือผู้ใต้บังคับบัญชาทุกคนมีศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์เท่าเทียมกันกับผู้นำ ต่างกันเพียงหน้าที่รับผิดชอบตามความสามารถเท่านั้น ซึ่งจะส่งผลให้ผู้นำไม่หยิ่งทะนงในเกียรติยศตำแหน่งของตน ท่านศาสนทูตได้กล่าวว่า “คนฉลาดคือคนที่นอบน้อมถ่อมตนอยู่เสมอ” [ติรมิซี]

2. ผู้นำจะต้องพูดดี พูดชัด แต่ไม่พูดมาก

คัมภีร์กุรอาน [2:83] ระบุว่า “จงพูดจาแก่เพื่อนมนุษย์อย่างดี” ท่านศาสนทูตจึงเป็นแบบอย่างของพูดจาที่สุภาพ ไม่พูดจาหยาบค้าย และไม่ส่งเสียงดังโวยวาย แต่ท่านจะพูดด้วยถ้อยคำที่ชัดเจนจนบุคคลจดจำได้ [บุคอรี, มุสลิม, ตริมิซีและอบูดาวูด] ท่านศาสนทูตยังเป็นแบบอย่างของการไม่พูดมากเกินไป จำเป็น [มุสลิมและตริมิซี] คุณลักษณะเหล่านี้จึงเป็นแนวทางที่ดียิ่งในการปฏิบัติตามสำหรับผู้นำแบบอิสลาม

3. ผู้นำต้องพูดความจริง

ท่านศาสนทูตจะไม่พูดโกหกและไม่ยุ่งเกี่ยวกับคนที่พูดโกหก ท่านกล่าวว่า “แท้จริงความมีสัจจะจะนำไปสู่ความดี” และ “แท้จริงการโกหกจะนำไปสู่ความชั่ว” [บุคอรี] “หากมีใครโกหกต่อหน้าท่านศาสนทูต ท่านจะไม่คุยด้วย จนกว่าท่านจะรู้ว่าเขาสำนึกผิดและเลิกโกหกแล้ว” [ตริมิซี] ดังนั้นผู้นำแบบอิสลามจึงจำเป็นต้องพูดแต่ความจริง กระนั้นก็ตามท่านศาสนทูตกำชับว่าไม่จำเป็นต้องพูดความจริงทุกอย่างที่ได้ยินมาหากพิจารณาแล้วเป็นสิ่งที่ไม่มีประโยชน์หรืออาจเกิดโทษมากกว่า [มุสลิม] ท่านจึงอนุญาตให้เปลี่ยนเป็นคำพูดที่ดีกว่าได้ โดยท่านได้กล่าวว่า “ใครที่ทำให้คนสองคนสมัคครสมานกันดีกัน โดยการกุเรื่องดี หรือการพูดเรื่องดี ๆ ไม่ใช่คนโกหก” [มุสลิม]

4. ผู้นำจะต้องมีความเข้มแข็งและอดทน

ผู้นำจะต้องเป็นผู้ที่แข็งแรง [กุรอาน, 28:26] ทั้งทางด้านร่างกายที่จะต้องเหมาะสมสอดคล้องกับหน้าที่และความรับผิดชอบ รวมถึงความเข้มแข็งทางอารมณ์ความรู้สึกซึ่งสำคัญยิ่งกว่า ดังที่ท่านศาสนทูตกล่าวว่า “คนที่เข้มแข็งไม่ใช่ผู้ที่สามารถถ่มคู่มือสู้ในการปล้ำกันลงได้ แต่ผู้ที่เข้มแข็งคือผู้ที่สามารถควบคุมตนเองได้ขณะโกรธ” [บุคอรีและมุสลิม] นอกจากนี้ ผู้นำแบบอิสลามจะต้องมีความอดทน [กุรอาน, 2:45; 2:153] ซึ่งหมายถึงการอดทนปฏิบัติตามแนวทางที่ถูกต้องตามการศาสนาแม้ต้องพบกับปัญหาอุปสรรคต่าง ๆ และเชื่อมั่นว่าจะพบกับสิ่งที่ดีกว่า [กุรอาน, 16:96; 39:10] และเชื่อมั่นว่าทุกปัญหาจะมีทางออกเสมอ ดังที่คัมภีร์กุรอาน [65: 2-3] ได้ยืนยันว่า “ผู้ใดยำเกรงอัลลอฮฺ พระองค์ก็จะทรงหาทางออกให้แก่เขา” ยิ่งไปกว่านั้นผู้นำจะต้องถ่ายทอดคุณลักษณะของความอดทนไปสู่ผู้ตาม [กุรอาน, 103:31] เนื่องจากความอดทนเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการกำหนดขนาดของปัญหา กล่าวคือ ปัญหาที่ใหญ่จะเล็กลงหากผู้นำและผู้ตามมีความอดทนมากขึ้น ดังที่ท่านศาสนทูตได้กล่าวว่า “พวกเขาจะไม่ได้รับการให้สิ่งใดที่ดีไปกว่าและสะดวกกว่าการให้มีความอดทน” [บุคอรีและมุสลิม]

5. ผู้นำต้องเบิกบานและอ่อนโยน

ท่านศาสนทูตเป็นผู้มีกิริยามารยาทอ่อนโยนดังที่ กุรอาน [3: 159] ได้ยืนยันว่า “เนื่องด้วยความเมตตาจากอัลลอฮฺนั่นเอง เจ้า (มุฮัมมัด) จึงได้สุภาพอ่อนโยนต่อพวกเขา และถ้าหากเจ้าเป็นผู้ประพฤติหยาบช้าและมีใจแข็งกระด้างแล้วไซ้ไร แน่แน่นอนพวกเขาก็ยอมแยกตัวออกไปจากรอบๆ เจ้ากันแล้ว”

ท่านศาสนทูตกล่าวว่า “พวกท่านไม่อาจเอาชนะหัวใจของคนได้ด้วยทรัพย์สิน แต่พวกท่านสามารถเอาชนะหัวใจของพวกเขาได้ด้วยใบหน้าที่เบิกบานและมารยาทอันงดงาม” [อัลบัยฮะกี] นอกจากนี้ท่านยังได้กล่าวว่า “ใครที่ถูกห้ามจากความอ่อนโยนเขาย่อมถูกห้ามจากความดีงาม [มุสลิม] ดังนั้นท่านศาสนทูตจึงเป็นผู้มีใบหน้าที่เบิกบานอยู่เสมอ [ติรมิซี] ผู้นำแบบอิสลามจึงต้องมีความเบิกบานและอ่อนโยนตามแนวทางอันดีงามของท่าน

6. ผู้นำจะต้องออกจากสิ่งไร้สาระและขัดเกลادنเอง

ผู้นำที่แท้จริงต้องไม่ให้คุณค่าและละทิ้งสิ่งที่ไม่เกิดประโยชน์ คัมภีร์กุรอาน [25:72] ได้ระบุว่า “เมื่อพวกเขาผ่านเรื่องไร้สาระ พวกเขาผ่านไปอย่างมีเกียรติ” เช่น อบายมุขต่าง ๆ หรือการหมกมุ่นอยู่กับแนวคิด การกระทำ สื่อ วัตถุสิ่งของที่ไม่เกิดประโยชน์ และอาจสร้างความเดือดร้อนให้ผู้อื่น [ติรมิซี] นอกจากนี้ ผู้นำจึงหมั่นตรวจสอบความผิดพลาดของตนเองและปรับปรุงแก้ไข พร้อมกับพัฒนาตนเองให้มีความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้นทั้งในเรื่องศาสนา การดำเนินชีวิต และการประกอบอาชีพอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง [บุคอรีและมุสลิม] ดังที่คัมภีร์กุรอาน [87: 14] ระบุว่า “ผู้ที่ขัดเกลادنเองย่อมบรรลุความสำเร็จ”

7. ผู้นำต้องแสวงหาความรู้

ท่านศาสนทูตได้กล่าวไว้ว่า “การแสวงหาความรู้เป็นสิ่งจำเป็น” [อิบนุมาญะฮฺ] ดังนั้นผู้นำจึงต้องมีการแสวงหาความรู้อยู่เสมอด้วยหลากหลายวิธีการตามความเหมาะสมเพื่อให้สามารถนำพาตนเองและผู้ติดตามให้อยู่ในแนวทางที่ถูกต้องให้มากที่สุดทั้งในเรื่องศาสนา การดำเนินชีวิต และการประกอบอาชีพ และเมื่อไม่รู้ในเรื่องใดก็ควรที่จะกล้าสอบถามผู้ที่มีความรู้ในเรื่องนั้น ดังที่คัมภีร์กุรอาน [16:43] ได้ระบุว่า “จงถามบรรดาผู้รู้ หากพวกเขาเจ้าไม่รู้อะไร” และท่านศาสนทูตยังได้กำชับไว้ว่า “สิ่งบ่าบัดความไม่รู้คือให้ถาม” [อบูดาอูด]

8. ผู้นำจะไม่ผัดวันประกันพรุ่ง

หากมีความพร้อมทุกด้านสุขภาพ เวลา และทรัพยากรต่าง ๆ ผู้นำควรรีบดำเนินงานที่จำเป็นทันที เพราะหากผัดวันประกันพรุ่งอาจไม่มีโอกาสได้ทำอย่างที่คาดหมายไว้ [บุคอรี] ท่านศาสนทูตจึงกำชับว่าให้รีบฉกฉวย 5 ประการแรกก่อนที่ 5 ประการหลังจะมาถึง ได้แก่ (1) การมีชีวิตอยู่ก่อนที่จะเสียชีวิต (2) การมีสุขภาพที่ดีก่อนการเจ็บป่วย (3) การมีเวลาก่อนงานยุ่ง (4) การมีความหนุ่มสาวก่อนความชรา และ (5) การมีความร่ำรวยก่อนความยากจน [อะหฺมัด]

9. ผู้นำจะไม่อิจฉาไม่นินทาไม่ใส่ร้ายป้ายสี

ท่านศาสนทูตกล่าวว่า “อย่าอิจฉากัน” [บุคอรีและมุสลิม] ดังนั้นผู้นำจะต้องไม่อิจฉาผู้อื่นแต่จะต้องยินดีกับความดีที่ประสบกับบุคคลอื่น นอกจากนี้คัมภีร์กุรอาน [49:12] กำชับว่า “อย่านินทาซึ่งกันและกัน” ซึ่งท่านศาสนทูตได้อธิบายว่า “การนินทาคือการพูด (ลับหลัง) ถึงพี่น้องของพวกเขา (มนุษย์ทุกคนถือเป็นพี่น้องกัน) ในลักษณะที่เขาไม่ชอบ ถ้าสิ่งที่ท่านพูดเป็นความจริง ท่านก็นินทาเขา แต่ถ้ามันไม่จริง (หรือเกิน

จริง) ท่านก็กล่าวร้ายเขา” [มุสลิม] ดังนั้นผู้นำแบบอิสลามจะต้องออกห่างการนินทาและการใส่ร้ายเพราะเป็นพฤติกรรมที่เป็นบาปและนำผลเสียมาสู่ตัวผู้นินทาในภายหลัง ดังที่กุรอาน [104: 1] ได้เตือนไว้ว่า “ความหายนะจะประสบกับผู้ที่นินทาและใส่ร้ายผู้อื่น” อีกทั้งเป็นพฤติกรรมไม่ได้ช่วยแก้ปัญหาแต่กลับนำไปสู่ความแตกแยกในวงกว้าง แต่หากมีความซุนเคื่องต่อกันควรรีให้อภัยและอดทน หรือตักเตือนกันด้วยดี [กุรอาน, 3:159; 7:199; 2:45; 2:153; 51:55; 16:125]

10. ผู้นำต้องไม่มองแง่ร้ายและไม่แสวงหาความผิด

ผู้นำแบบอิสลามจะต้องออกห่างจากการคิดในแง่ร้ายกับผู้อื่นเพราะมีโอกาสที่จะผิดพลาด ท่านศาสนทูตกล่าวว่า “พวกท่านจะต้องออกห่างจากการคิดถึงผู้อื่นในแง่ร้าย เพราะแท้จริงการคิดถึงผู้อื่นในแง่ร้ายนั้นเป็นคำพูดที่โกหกที่สุด” [บุคอรี] ดังที่คัมภีร์กุรอาน [49:12] ได้กำชับไว้ว่า “จงปลีกตัวให้พ้นจากส่วนใหญ่ของการสงสัย” นอกจากนี้ผู้นำยังต้องห้ามแสวงหาความผิดของผู้อื่น [กุรอาน, 49:12] และท่านศาสนทูตได้กล่าวว่า “ท่านทั้งหลายอย่าคอยแสวงหาความผิด (ของผู้อื่น) และอย่าสอดรู้สอดเห็น” [บุคอรี] และท่านยังได้เตือนถึงผลกระทบที่จะตามมาว่า “ผู้นำที่มีความสงสัยต่อประชาชนของพวกเขา แน่แท้เขาจะนำความเสียหายมาสู่พวกเขาเหล่านั้น” [อบูดาวูด] นั่นหมายความว่า การระแวงสงสัยและการจ้องจับผิดผู้ตามจะส่งผลให้เกิดอคติและเกิดความหวาดระแวงระหว่างกันจนหล่อหลอมเป็นบรรยากาศที่ตึงเครียดในการอยู่ร่วมกันอันจะนำมาซึ่งความแตกแยกในองค์กรหรือสังคม

แนวทางการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้นำ

1. ผู้นำจะต้องปรึกษาหารือ

โดยภาพรวมแล้วผู้นำจะต้องเป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ที่กว้างขวางกว่าผู้ตาม กระนั้นก็ตามผู้นำคือมนุษย์ธรรมดาที่ไม่สามารถจะมีความรู้ในทุกเรื่องหรือทุกแง่มุม ดังนั้นผู้นำจะต้องมีการปรึกษาหารือและรับฟังความคิดเห็นจากผู้ตาม ดังที่กุรอาน [3:159] ได้ระบุไว้ว่า “จงปรึกษาหารือกับพวกเขาในกิจการทั้งหลาย” ซึ่งผู้นำจำเป็นต้องคัดเลือกผู้ร่วมงานที่มีคุณสมบัติเหมาะสมทั้งในด้านศาสนา ความรู้ความสามารถเพราะจะส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้นำ [บุคอรีและมุสลิม]

2. ผู้นำจะต้องแสดงความเห็นด้วยสิ่งที่ดีกว่า

คัมภีร์กุรอาน [16:125] ระบุว่า “จงโต้แย้งพวกเขาด้วยสิ่งที่ดีกว่า” นั่นหมายความว่าหากผู้นำต้องการแสดงความเห็นที่แตกต่างกับบุคคลอื่น ผู้นำต้องพิจารณาแล้วว่าสิ่งที่จะนำเสนอเป็นองค์ความรู้ที่ลึกซึ้งรอบด้านและถูกต้องกว่าแนวคิดเดิม และที่สำคัญผู้นำจะต้องนำเสนอด้วยกับมารยาท วิธีการ และช่วงเวลาที่ดีกว่า

3. ผู้นำจะต้องออกห่างจากการโต้เถียงและไม่แสดงความเห็นในสิ่งที่ไม่รู้

หากการโต้แย้งนำไปสู่ผลเสียมากกว่าประโยชน์ ผู้นำควรออกห่างแม้จะเป็นฝ่ายถูกก็ตาม [ติรมิซี] นอกจากนี้ ผู้นำจะต้องไม่แสดงความเห็นในสิ่งที่ไม่มีความรู้ [กุรอาน, 17:36] เพราะหากมีผู้คนที่คล้อยตามหรือปฏิบัติตามข้อมูลความคิดเห็นที่ผิดพลาดอาจเกิดความเสียหายในวงกว้าง

การตัดสินใจพิพาท

1. ผู้นำจะต้องมีความยุติธรรม

ผู้นำจะต้องตัดสินข้อพิพาทอย่างยุติธรรม [กุรอาน, 4:135] ตามหลักการศาสนารวมถึงกฎกติกาที่ยอมรับร่วมกัน โดยจะต้องไม่ปกป้องหรือเข้าข้างคนผิด ไม่ว่าจะเป็นคนที่มีฐานะร่ำรวยหรือยากจน หรือแม้จะเป็นเพื่อนฝูง หรือเครือญาติใกล้ชิดของผู้นำ หรือคนที่ผู้นำชอบหรือไม่ชอบ หรือแม้ผู้นำจะได้รับผลกระทบก็ตาม [กุรอาน, 5:54] ดังที่กุรอาน [4:58; 4:107; 6:152, 5:8] ได้เตือนว่า “เมื่อเจ้าตัดสินระหว่างผู้คน พวกเจ้าก็จะต้องตัดสินด้วยความยุติธรรม “จงอย่าโต้เถียงแทนบรรดาผู้ที่บิดพลิ้วต่อตัวของพวกเขาเอง” “เมื่อพวกเจ้าพูดก็จงยุติธรรมและแม้ว่าเขาจะเป็นญาติใกล้ชิดก็ตาม” “จงอย่าให้การเกลียดชังพวกหนึ่งพวกใดทำให้พวกเจ้าไม่ยุติธรรม”

2. ผู้นำต้องสอบสวนอย่างรอบคอบและไม่ตัดสินขณะโกรธ

คัมภีร์กุรอาน [49:6] ได้กำชับว่า “จงสอบสวนให้แน่ชัด หากไม่แล้วพวกเจ้าก็จะก่อเคราะห์กรรมแก่พวกหนึ่งโดยไม่รู้ตัว แล้วพวกเจ้าจะกลายเป็นผู้เสียใจในสิ่งที่พวกเจ้าได้กระทำไป” ดังนั้น เมื่อผู้นำต้องทำหน้าที่ในการตัดสินข้อพิพาทต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ผู้นำจะต้องสืบหาข้อมูลพยานหลักฐานให้แน่ชัดครบถ้วนรอบด้าน และพิจารณาอย่างรอบคอบเสียก่อนเพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นได้ [มุสลิม, อับูดาวูด และติรมิซี] นอกจากนี้ ผู้นำจะต้องระมัดระวังอารมณ์และความรู้สึกของตนเองที่ส่งผลเสียต่อการตัดสินข้อพิพาทต่าง ๆ ท่านศาสนทูตจึงได้กำชับไว้ว่า “ผู้ตัดสินจะต้องไม่ตัดสินระหว่างคู่กรณีสองฝ่ายขณะที่เขาโกรธ” [บุคอรี]

3. ผู้นำต้องผู้ประนีประนอมและปกป้อง

หน้าที่สำคัญของผู้นำอีกประการหนึ่งคือการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทและปกป้องผู้ที่ถูกอธรรม ดังที่กุรอาน [49: 9] กำชับว่า “จงไกล่เกลี่ยระหว่างทั้งสองฝ่าย หากฝ่ายหนึ่งในสองฝ่ายนั้นละเมิดอีกฝ่ายหนึ่ง พวกเจ้าก็จงปรามฝ่ายที่ละเมิด (ด้วยการตักเตือนหรือตัดสินลงโทษ)”

ผู้นำกับผู้โต้แย้งปัญหา

1. ผู้นำต้องส่งเสริมความสามัคคี

คัมภีร์กุรอาน [3:103] ได้กำชับไว้ว่า “จงอย่าแตกแยกกัน” นอกจากนี้ท่านศาสนทูตยังได้กำชับให้ละทิ้งการแบ่งพรรคแบ่งพวกทางความคิดรวมถึงชาติพันธุ์ [บุคอรี] ดังนั้นผู้นำแบบอิสลามจะต้องส่งเสริม

ความรักความสามัคคีให้เกิดขึ้น โดยการปลูกฝังให้ผู้ตามได้ตระหนักถึงการมีแนวทางและเป้าหมายเดียวกัน และผู้นำจะต้องมีการตอบสนองต่อความแตกต่างที่เกิดขึ้นอย่างมีวิสัยปัญญาตามหลักการศาสนา

2. ผู้นำพูดแล้วต้องทำเป็นแบบอย่างและรักษาสัญญา

คัมภีร์กุรอาน [17:34] “จงให้ครบตามสัญญา” ผู้นำแบบอิสลามจะต้องปฏิบัติตามคำมั่นสัญญาทั้งในรูปแบบวาจา และลายลักษณ์อักษร นอกจากนี้ผู้นำยังต้องเป็นผู้ที่ปฏิบัติตามสิ่งที่ได้พูดหรือที่ได้สอนไว้เพื่อเป็นแบบอย่างให้กับผู้ตาม ดังที่คัมภีร์กุรอาน [2:44] ได้เตือนไว้ว่า “พวกเจ้าใช้ให้ผู้คนกระทำความดี โดยที่พวกเจ้าลืมตัวของพวกเจ้าเองกระนั้นหรือ” อีกโองการหนึ่ง [6:12] ระบุว่า “ทำไมพวกเจ้าจึงกล่าวพูดในสิ่งที่พวกเจ้าไม่ปฏิบัติ”

3. ผู้นำต้องให้คนตามความสามารถ

ผู้นำแบบอิสลามจะต้องคำนึงถึงความแตกต่างระหว่างบุคคล และสามารถมอบหมายงานให้เหมาะสมกับความเชี่ยวชาญ และระดับความสามารถของผู้ใต้บังคับบัญชา [กุรอาน, 2:286, 6:152, 64:16] เพราะจะช่วยเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงานซึ่งจะส่งผลให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล และยังช่วยแบ่งเบาภาระของผู้ตาม สิ่งเหล่านี้จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การดำเนินงานบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมาย

4. ผู้นำต้องทำให้ง่ายแต่ไม่ผิด

ผู้นำแบบอิสลามมีหน้าที่สื่อสารและปรับปรุงให้การดำเนินงานต่าง ๆ ที่มีความยุ่งยาก สลับซับซ้อนให้มีความสะดวกง่ายดายยิ่งขึ้น ดังที่ท่านศาสนทูตได้กล่าวว่า “จงทำให้ง่าย อย่าทำให้ยาก” [มุสลิม] อย่างไรก็ตามความง่ายจำเป็นต้องอยู่บนพื้นฐานของการคำนึงถึงหลักการทางศาสนาและผลประโยชน์ของส่วนรวม ดังคุณลักษณะของท่านศาสนทูตที่ถูกบันทึกไว้ว่า “ท่านจะเลือกสิ่งที่ยางที่สุด トラบใดที่ไม่บาป แต่หากเป็นบาปแล้วท่านจะเป็นคนที่ออกห่างไกลจากมันที่สุด” [บุคอรีและมุสลิม]

5. ผู้นำคือผู้ให้คำปรึกษาแต่ถามไม่จุกจิก

ท่านศาสนทูตกล่าวว่า “เมื่อเขาขอคำปรึกษา ท่านต้องให้คำชี้แนะแก่เขา” [บุคอรีและมุสลิม] ดังนั้นตั้งใจรับฟังปัญหาและได้ถามประเด็นสำคัญของผู้ตาม แล้วจึงเสนอทางออกที่ถูกต้องตามหลักการศาสนาและกฎกติกาของสังคม อย่างไรก็ตาม ผู้นำแบบอิสลามจะไม่ถามมากในสิ่งที่ไม่มีความจำเป็น [บุคอรีและมุสลิม]

6. ผู้นำต้องใช้การตักเตือนที่ดีไม่กดขี่ข่มเหงและไม่ดูถูก

คัมภีร์กุรอาน [51:55] ระบุว่า “จงตักเตือนเถิด” ดังนั้นผู้นำจะต้องคอยตักเตือนผู้ตามในสิ่งที่ผิดพลาดหรือบกพร่อง อย่างไรก็ตาม คัมภีร์กุรอาน [16:125] กำชับว่าให้ใช้ “การตักเตือนที่ดี” นั่นคือ การตักเตือนในประเด็นที่สำคัญ โดยใช้กิริยาวาจามารยาทที่ดีงามเหมาะสมกับช่วงเวลาและสถานการณ์

รวมถึงสอดคล้องหลักการศาสนา กฎกติกา และจะไม่ใช้การประจาน [บุคอรีและมุสลิม] นอกจากนี้ผู้นำจะต้องไม่ใช้อำนาจของตนเองในการพูดหรือการกระทำที่ส่งผลให้ผู้ตามรู้สึกเสียคุณค่าในตัวเองดังที่ท่านศาสนทูตได้เตือนไว้ว่า “จงระวังการกดขี่ข่มเหง” [มุสลิม] ท่านกล่าวอีกว่า “อย่าทำให้เกิดความเสียหายซึ่งกันและกัน” [อิบนุมาญะฮ์ และดาเราะกูฎนี]

ยิ่งไปกว่านั้น ท่านศาสนทูตยังได้ห้ามการดูถูกเยาะเย้ย [บุคอรีและมุสลิม] เพราะไม่มีใครที่สมบูรณ์พร้อมในทุกด้านรวมถึงตัวผู้นำเอง จึงเป็นไปได้ที่ผู้ตามอาจจะดีกว่าผู้นำในบางแง่มุม ดังที่กุรอาน [49:11] ได้กล่าวไว้ว่า “ชนกลุ่มหนึ่งอย่าได้เยาะเย้ยชนอีกกลุ่มหนึ่ง บางที่ชนกลุ่มที่ถูกเยาะเย้ยนั้นจะดีกว่าชนกลุ่มที่เยาะเย้ย”

7. ผู้นำต้องให้ออกาสคนที่ทำผิดพลาด

คัมภีร์กุรอาน [11:114] ระบุว่า “แท้จริงความดีทั้งหลายย่อมลบล้างความชั่วทั้งหลาย” ดังนั้น หากผู้ตามหรือผู้ใต้บังคับบัญชาได้ปฏิบัติบางสิ่งบางอย่างบกพร่องหรือผิดพลาด แล้วได้รู้สึกสำนึกในความผิด และพร้อมจะปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ผู้นำควรจะให้โอกาสบุคคลเหล่านั้นได้ปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตนเอง ยกเว้นความผิดพลาดร้ายแรงที่ประหมัดแล้วว่าเป็นแบบอย่างที่ไม่ดี หรือส่งผลกระทบเป็นวงกว้างต่อสังคม หรือองค์กร ที่จำเป็นต้องดำเนินการลงโทษตามหลักการศาสนา กฎระเบียบขององค์กร และกฎหมายบ้านเมือง เช่น การฉ้อฉลคดโกง การให้ข้อมูลเท็จ การทำร้ายร่างกายผู้อื่น เป็นต้น

8. ผู้นำต้องมีเมตตา ช่วยเหลือ และเยี่ยมไข้

ท่านศาสนทูตได้กำชับว่า “ท่านจงเมตตาผู้ที่อยู่ในโลก” [ตริมิซี] ดังนั้นผู้นำแบบอิสลามจะต้องมีความเมตตากรุณากับผู้ตาม โดยช่วยเหลือหรือการถ่ายทอดความรู้ในสิ่งที่คุณเขาไม่มีความสามารถตามแนวทางที่ถูกต้อง ดังที่คัมภีร์กุรอาน (5:2) ได้ระบุไว้ว่า “จงช่วยเหลือกันในเรื่องที่เป็นคุณธรรม และความยำเกรง (สิ่งที่สอดคล้องกับหลักการศาสนา) และจงอย่าช่วยกันในเรื่องที่เป็นบาปและเป็นศัตรูกัน” นอกจากนี้ท่านศาสนทูตได้เตือนไว้ว่า “จงอย่าทอดทิ้งกันและกัน” [มุสลิม] โดยเฉพาะกรณีการเจ็บป่วยท่านศาสนทูตได้กล่าวว่า “เมื่อเขาป่วย ท่านจะต้องเยี่ยมเขา” [บุคอรีและมุสลิม]

9. ผู้นำต้องเสียสละและไม่ล้าเลิกบุญคุณ

บางสถานการณ์ผู้นำจะต้องแสดงภาวะผู้นำด้วยการเสียสละสิทธิส่วนตัวให้กับผู้ตามแม้ตนเองอาจจะต้องการสิ่งนั้นก็ตาม [กุรอาน, 59:9] และเมื่อให้ความช่วยเหลือหรือเสียสละไปแล้วศาสนาอิสลามห้ามโดยเด็ดขาดในการพูดจาทวงบุญคุณหรือเรียกร้องสิ่งตอบแทนที่สร้างความสะดวกหรือรบกวนกับผู้ที่ได้รับการช่วยเหลือ ดังที่กุรอาน [2:264] ได้กำชับว่า “จงอย่าให้บรรดาทาน (การช่วยเหลือ) ของพวกเจ้าไร้ผลด้วยการล้าเลิก และการก่อความเดือดร้อน”

10. ผู้นำต้องขอบคุณและให้รางวัล

แม้ผู้ใต้บังคับบัญชาจำเป็นต้องทำตามคำสั่งของผู้นำตามหน้าที่และความรับผิดชอบ แต่อย่างไรก็ตาม

ตามผู้นำแบบอิสลามควรจะต้องขอขอบคุณผู้ได้บังคับบัญชาที่ปฏิบัติตามความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ [อบูดา
วูด] และสมควรอย่างยิ่งที่จะมีการให้รางวัลหรือของขวัญซึ่งกันและกัน ดังที่ท่านศาสนทูตได้กล่าวว่า “พวก
ท่านจงให้ของขวัญกันแล้วพวกท่านจะรักใคร่กัน” [บุคอรี] อย่างไรก็ตามผู้นำจะต้องรักษาการให้รางวัลบน
พื้นฐานของความยุติธรรมซึ่งจะต้องพิจารณาจากผลการปฏิบัติงานและกฎเกณฑ์ที่ยอมรับโดยทั่วกัน [กุร
อาน, 4:135]

11. ผู้นำจะไม่เยินยอและไม่รับประกันว่าใครเป็นคนดี

ผู้นำแบบอิสลามจะเยินยอบุคคลใดก็ตามอย่างเลเยิด [ติรมิซี] เพราะอาจนำมาซึ่งความหลงตน
และการสร้างความอิจฉาริษยาในสังคม และจะไม่แสดงตนในการรับประกันบุคคลใดว่าเป็นคนดีหรือคน
เก่ง หรือเป็นคนที่จะต้องทำงานที่มอบหมายสำเร็จอย่างแน่นอน เนื่องจากผู้นำไม่สามารถที่จะรู้จักบุคคลใด
ได้ทุกแง่ทุกมุม และที่สำคัญผู้นำไม่ใช่บุคคลที่จะล่วงรู้อนาคต กระนั้นก็ตาม หากจำเป็นต้องกล่าวในบาง
โอกาส เช่น ในกรณีต้องมอบหมายงานให้กล่าวเพียงเชื่อว่าเป็นบุคคลที่สามารถทำงานนี้ได้ [บุคอรี]

การจัดการกับความผิด

1. ผู้นำคือผู้ปรับปรุงแก้ไข

คัมภีร์กุรอาน [41:34] กำชับไว้ว่า “จงซบไล่ (สิ่งไม่ดี) ด้วยสิ่งที่มันดีกว่า” และท่านศาสนทูตได้
กล่าวว่า “ใครก็ตามที่มองเห็นสิ่งผิด จงปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น” [มุสลิม] ดังนั้นผู้นำแบบอิสลามจะต้องมี
วิสัยทัศน์เชิงพัฒนา และมีบทบาทในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ แต่จะต้องใช้วิธีการที่เหมาะสม
กลุ่มเป้าหมายและบริบทต่าง ๆ ในบางกรณีอาจใช้อำนาจเพื่อการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง บางกรณีอาจใช้
การพูดเพื่อการโน้มน้าวใจ และในบางกรณีอาจต้องรอจังหวะเวลาที่เหมาะสม ดังคำสอนของท่านศาสน
ทูตที่ได้กล่าวไว้ว่า “จงเปลี่ยนแปลงมันด้วยอำนาจของเขา หากยังไม่สามารถก็ให้เปลี่ยนแปลงโดยใช้คำพูด
และถ้าหากเขายังไม่สามารถอีกก็ให้เขาใช้หัวใจ (จิตใจที่ไม่ยอมรับและรอเวลาที่เหมาะสม)” [มุสลิม]

2. ผู้นำจะต้องยอมรับ ให้อภัย ยินหยัด และออกห่างพฤติกรรมที่ไม่ดี

ผู้นำจะต้องรำลึกเสมอว่า แม้ตัวผู้นำจะมีอำนาจในการบังคับบัญชา แต่ผู้นำไม่มีอำนาจที่จะ
เปลี่ยนแปลงใครได้อย่างแท้จริง แต่การเปลี่ยนแปลงที่แท้จริงจะต้องเกิดจากตัวบุคคลนั้น ดังที่คัมภีร์กุรอาน
[13:11] ได้เตือนไว้ว่า “แท้จริงอัลลอฮ์จะไม่ทรงเปลี่ยนแปลงสภาพของชนกลุ่มใดจนกว่าพวกเขาจะ
เปลี่ยนแปลงสภาพของพวกเขาเอง” ดังนั้นเมื่ออยู่ในสถานการณ์ที่ไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ผู้นำอาจต้อง
ใช้การให้อภัย ยินหยัดทำในสิ่งที่ถูกต้อง และแสดงการไม่ยอมรับสิ่งไม่ดีด้วยกับมารยาทอันดีงาม ดังที่กุ
รอาน [7:199; 73:10] ระบุว่า “จงยึดถือไว้ซึ่งการอภัย และจงใช้ให้กระทำการสิ่งที่ชอบ” และ “จงแยกตัวออก
จากพวกเขาด้วยการแยกตัวอย่างสุภาพ”

สรุป

ภาวะผู้นำแบบอิสลามที่ได้นำเสนอในบทความฉบับนี้ได้แบ่งเป็น 6 มิติ ได้แก่ ด้านอุดมการณ์ ด้านบุคลิกภาพ ด้านการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของผู้นำ ด้านการตัดสินใจพิพาท ด้านผู้นำกับผู้ใต้บังคับบัญชา และด้านการจัดการกับความผิด อย่างไรก็ตามภาวะผู้นำแบบอิสลามยังมีอีกมากมาย หลากหลายแง่มุมที่สมควรอย่างยิ่งในการศึกษาเรียนรู้เพื่อนำไปปรับใช้ให้เกิดประโยชน์กับครอบครัว ชุมชน องค์กร ประเทศชาติ รวมถึงสังคมโลก

มหาตมะคานธี (Mahatma Gandhi) ผู้นำและนักการเมืองที่มีชื่อเสียงชาวอินเดีย ได้กล่าวว่า

“ผมอยากทำความรู้จักหวังชีวิตที่ดีที่สุดของคนคนหนึ่งที่ครองหัวใจมหาชนหลายล้านดวงจนทุกวันนี้...แล้วมันก็ยิ่งทำให้ผมรู้สึกแน่ใจขึ้นไปอีกว่า หาใช่ความดีที่ทำให้อิสลามได้รับชัยชนะครอบครองพื้นที่ดำรงชีวิตของผู้คนในยุคสมัยนั้น หากแต่มันคือความเรียบง่ายที่ไม่อ่อนข้อ และความสมถะนอบน้อมที่สมบูรณ์แบบของท่านศาสดาผู้ทรงศีลธรรมต่างหากที่ทำหน้าที่เป็นหลักปฏิบัติ มันคือการอุทิศตนอย่างแรงกล้าของท่านที่มีต่อมิตรสหายและเหล่าบรรดาสาวก คือความกล้าหาญชาญชัยของท่าน คือความไม่เกรงกลัวต่อสิ่งใดๆ และความเชื่อมั่นที่ท่านมีต่อพระเจ้าและต่อภารกิจเผยแพร่ศาสนาของท่านเอง” (Considine, 2017)

บรรณานุกรม

- เศรค คอนซีไดน์. (2560). 10 คำพูดโดนใจที่ต่างศาสนิกระดับโลกพูดถึงอิสลาม. (แปลโดย อันดาลัส ฟาร์). (10 พฤศจิกายน 2565) สืบค้นจาก <https://www.halallifemag.com/10-great-non-muslim-quotes/>
- ติรมิซี. (2544). บุคลิกศาสดาจากอัลหะดีษ. (แปลโดย จารึก เซ็นเจอร์ญู และมุฮัมมัด พายิบ). กรุงเทพฯ: อัล-อิหม่าน.
- โตมร ศุขปรีชา. (2560). เมื่ออิสลามเป็นศาสนาที่เติบโตเร็วที่สุดในโลก. (10 พฤศจิกายน 2565) สืบค้นจาก <https://www.the101.world/muslim-and-ageing-society/>
- นะวะวี. (2533). 40 หะดีษ. รัยารัด: International Islamic Publishing House.
- บีบีซีนิวส์. (2560). อิสลาม: ศาสนาที่เติบโตเร็วที่สุดในโลก. (10 พฤศจิกายน 2565) สืบค้นจาก <https://www.bbc.com/thai/international-39290880>
- บุคอรี. (2558). ฮะดีษศอเฮียะฮ์บุคอรี อัลญามิฮ์ อัศศอเฮียะฮ์เล่ม 2. (แปลโดย อรุณ บุญชม). กรุงเทพฯ: เฟิสท์ ออฟเซท.
- มุสตอฟา มุฮัมมัด อัตเตาะฮ์ยาน. (2547). อิสลามกับการทำงานเป็นทีม. (แปลโดย ยะอูบ สืบสุข). กรุงเทพฯ: อัล-อิห์ซาน.

- มุสลิม. (2558). *ชะดีษเศาะฮี้ฮ์มุสลิมฉบับย่อเล่ม 2. เรียบเรียงโดยอัลฮาฟิซ อัลมุนซีรี*. (แปลโดยบรรจง บินกาซัน). กรุงเทพฯ: ออฟเซต.
- มุหัมมัด ศอลิหฺ อัล-มุนัจญิด. (2561). *วิธีการของท่านนบีในการจัดการความผิดของผู้คน*. (แปลโดย พระร็อบบิล-ศัลฎะมะฮฺ). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศอดีกิน อับดุลบารี. (ม.ป.ป.). *คำสอนของรَسُول*. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- สมาคมนักเรียนเก่าอาหรับ. (2540). *พระมหาคัมภีร์อัลกุรอานพร้อมความหมายภาษาไทย*. อัลมาดีนะห์ อัลมูนาว่าเราะห์. ศูนย์กษัตริย์พะฮัดเพื่อการพิมพ์อัลกุรอาน.
- สะลิม บิน ฮิด อัลฮิลาลีย์. (ม.ป.ป.). *เตาบะตันนะฮฺฮฺ*. (แปลโดย มุฮัมมัดกามัล อัลพัจริย์). (10 พฤศจิกายน 2565) สืบค้นจาก <https://www.islammore.com/main/content.php/counter/sendtofriend.php?id=3046>
- สุลัยมาน อิบน์ อะวาด กออิมาน. (2556). *เคล็ดลับของการเป็นผู้นำและอิทธิพล*. (แปลโดยบรรจง บินกาซัน). กรุงเทพฯ: อัลอะมีน.
- หัมซะฮฺ มุหัมมัด ศอลิหฺ อิบญาญญ. (2546). *คำสั่งเสียศาสดา*. (แปลโดย จารึก เซ็นเจอร์ญ และมุฮัมมัด พายิบ). กรุงเทพฯ: อัล-อีมาน.
- อบู อะลี มัณญารี อันนัควี. (ม.ป.ป.). *40 หะดีษเกี่ยวกับยารักษาจิตใจ*. (แปลโดย มุฮัมมัด พายิบ และจารึก เซ็นเจอร์ญ). กรุงเทพฯ: ส. วงศ์เสงี่ยม.
- อะฟีฟ อับดุลฟัตตาฮฺ ฎ็อบบาราเราะฮฺ. (2550). *ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับอัลลอฮฺ*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). (แปลโดย ซากีร์น บุญมาเลศ). กรุงเทพฯ: ออฟเซทเพรส.
- อะมีน บิน อับดุลลอฮฺ อัล-ชะกะอวีย์ (2555). *ความอดทน*. (แปลโดย อิสมาน จารง). (10 พฤศจิกายน 2565) สืบค้นจาก https://d1.islamhouse.com/data/th/ih_articles/single/th_addorar_60_assobr.pdf
- อับดุลมุฮัยมิน อับดุลสลาม ฏ็อบบาราเราะฮฺ. (2557). *สถานีอะวะฮ์ ศิลปะการเรียกร้องเชิญชวนผู้คนไปสู่อัลลอฮฺ*. (แปลโดย นาอีม วงศ์เสงี่ยม). กรุงเทพฯ: นวัตกรรมพิมพ์.
- อุซตาซ เอล เอล อับดุลรอฮฺมาน อะหฺมัด. (2548). *แบบอย่างแห่งศาสดาในวิถีชีวิตมุสลิม*. (แปลโดย มัสนูร์ อับดุลลอฮฺ). สงขลา. สำนักพิมพ์อาลีฟาณิช.
- _____ (2549). *แบบอย่างอันอัศจรรย์และอัศจรรย์ของศาสดามุหัมมัดคืออัลลอฮฺอะลัยฮิวะซัลลัม ในวิถีชีวิตประจำวัน*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). (แปลโดย มัสนูร์ อับดุลลอฮฺ). สงขลา. สำนักพิมพ์อาลีฟาณิช.
- อุมมฺ อาอิซ. (2557). *การรักกันในหนทางของอัลลอฮฺ*. (แปลโดย ชุกรีย์นุร จงรักศักดิ์ และซุฟอัม อุษมาน). (10 พฤศจิกายน 2565) สืบค้นจาก https://d1.islamhouse.com/data/th/ih_books/single/th_rak_kan_pueh_Allah.pdf

อับนุมะฮฺดี. (ม.ป.ป.). *การให้ความช่วยเหลือซึ่งกันและกัน*. (10 พฤศจิกายน 2565) สืบค้นจาก

<https://www.islammore.com/view/4249>

Considine, C. (2017). *10 Great Non-Muslim Quotes on Islam You Need to Read*. (November

10, 2022) from <https://mvslim.com/10-great-non-muslim-quotes-on-islam/>

Hart, H. Michael. (1992). *The 100: A Ranking of the Most Influential Persons in History*.

New York: Citadel Press.

Jabnoun, N. (2548). *อิสลามและการจัดการ*. (แปลโดย นิเลาะ แวอูเซ็ง. ปัตตานี: โรงพิมพ์มิตรภาพ

ปัตตานี.

Masserman, J. (1974). *Who Were Histories Great Leaders?* (November 10, 2022) from

<http://content.time.com/time/subscriber/article/0,33009,879377-3,00.html>

Worldpopulationreview. (2022). *Muslim Majority Country*. (November 10, 2022) from

<https://worldpopulationreview.com/country-rankings/muslim-majority-countries>

พฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส

Entrepreneurial Behaviors of the Leading Actor in Korean Series Itaewon Class

ฐานิตา รัชณาการ¹ และภัทรวรรณ จีรพัฒน์ธนธร²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ซึ่งเป็นซีรีส์ที่สอดแทรกการนำเสนอพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำผ่านประสบการณ์ที่หลากหลาย วิธีการศึกษาเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส จำนวน 16 ตอน เครื่องมือวิจัยได้แก่ แบบบันทึกพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำ ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ผู้วิจัยเป็นผู้วิเคราะห์เนื้อหาจากการชมซีรีส์ด้วยตนเอง ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมแต่ละด้านนั้น ปรากฏว่าพฤติกรรมที่พบมากที่สุดของตัวละครนำในซีรีส์ ได้แก่ ด้านความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ (f=25) รองลงไปได้แก่ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (f=21) ด้านความสามารถในการสื่อสารและการสร้างเครือข่ายและด้านการรับความเสี่ยง (f=14 เท่ากัน) เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่า พฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการที่มักพบบ่อยครั้งในหลายตอน ได้แก่ ความสามารถในการทำงานเป็นทีม (f=12) รองลงมา ได้แก่ การรับรู้ในศักยภาพของตนเอง (f=8) ความขยันสู้งานหนัก และ เป็นผู้เปิดใจรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น (f=7 เท่ากัน) ผู้วิจัยเสนอแนะให้มีการปรับใช้แนวคิดการสอดแทรกการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการผ่านสื่อซีรีส์หรือสื่อสร้างสรรค์รูปแบบต่าง ๆ

คำสำคัญ: พฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการ; ซีรีส์เกาหลี; ความเป็นผู้ประกอบการ, อีแทวอน คลาส

¹ นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการศึกษาเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² รองศาสตราจารย์ประจำภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Abstract

The purpose of this research was to explore the entrepreneurial behaviors of the leading actor in Korean Series Itaewon Class, which was a drama that interpolated the presentation of the entrepreneurial behaviors of the leading actor through diverse experiences. The research method was to analyze the content of 16 episodes of Korean series Itaewon Class. The research instrument was field notes for collecting leading actor's entrepreneurial behavior. The research instrument was validated by three educational experts using index of congruence (IOC). The researcher analyzed and collected data from watching the series by herself. Results revealed that, in general, the most frequent entrepreneurial behaviors are 'need for achievement' (f=25), followed by 'self-efficacy' (f=21), 'great communicator and networker' and 'risk taking' (f= 14 equally). When considering detailed entrepreneurial behaviors, it was found that the most common entrepreneurial behaviors found in many episodes were 'teamwork ability' (f= 12), followed by 'perception on self-ability' (f=8), 'hardworking and diligent' and 'be open-minded and listen to other people's opinions' (f=7 equally). The researcher suggests applying the concept of intervention in entrepreneurship development through series or other creative media.

Keywords: Entrepreneurial Behavior, Korean Series, Entrepreneurship, Itaewon Class

บทนำ

ทักษะความเป็นผู้ประกอบการ เป็นทักษะที่สำคัญทักษะหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ การผลักดันและส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนเพื่อสร้างเสริมทักษะความเป็นผู้ประกอบการแก่ผู้เรียนจึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะจะทำให้ประเทศมีกำลังคนที่มีความสามารถและมีส่วนช่วยผลักดันให้เศรษฐกิจเจริญเติบโต (Bellanca & Brandt, 2010) การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการนั้นอาจเกิดจากการให้การศึกษาในระดับต่าง ๆ ตั้งแต่การศึกษาขั้นพื้นฐานและระดับอุดมศึกษา โดยมีครูหรือนักการศึกษาเป็นผู้ออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณลักษณะหรือพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นผ่านการเรียนการสอนในชั้นเรียน กิจกรรมเสริมหลักสูตรต่าง ๆ ตลอดจนการจัดสภาพแวดล้อมทางการเรียนรู้ที่ส่งเสริมต่อการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการของผู้เรียน

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการอาจใช้วิธีการถ่ายทอดผ่านสื่อต่าง ๆ ที่มีความน่าสนใจแต่ยังคงมีเนื้อหาที่สอดคล้องหรือแนะแนวทางในการพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการสำหรับผู้ที่ได้รับชมสื่อ ยกตัวอย่างสื่อ เช่น เว็บไซต์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ คลิปวิดีโอที่ให้ความรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการ อินโฟกราฟิกที่สรุปความรู้เกี่ยวกับความเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ สื่อ

หนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาความรู้ของผู้ชม ได้แก่ ภาพยนตร์หรือซีรีส์ที่สามารถสอดแทรกหรือให้ความรู้ด้านความเป็นผู้ประกอบการได้อย่างน่าสนใจเนื่องจากมีเรื่องราวของตัวละครและมีสถานการณ์ที่ชวนให้ติดตาม ทำให้ภาพยนตร์หรือซีรีส์เป็นสื่อทรงพลังอย่างหนึ่งที่สามารถใช้ในการให้ความรู้และประสบการณ์ด้านความเป็นผู้ประกอบการสำหรับผู้ชมได้เป็นอย่างดี เพราะภาพยนตร์สามารถช่วยเชื่อมการเห็นภาพลักษณะเคลื่อนไหวกับเสียงบรรยายประกอบ ผู้ชมสามารถรับรู้ด้วยการใช้ประสาทถึง 2 อย่าง คือ การมองเห็นและการได้ยิน ซึ่งจะทำให้การเรียนรู้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น (Sousa et al., 2017)

ซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส (Itaewon Class) เป็นซีรีส์ที่เริ่มเผยแพร่ในปี ค.ศ.2020 (พ.ศ. 2563) โดยเริ่มฉายในประเทศไทยผ่านเน็ตฟลิกซ์ ซึ่งมีเนื้อหาเกี่ยวกับการเดินทางบนเส้นทางของการเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำ โดยสอดแทรกความรู้และการสอนเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการที่ปรากฏอยู่ในตอนต่าง ๆ อีกทั้งยังได้รับความนิยมจากผู้ชมจำนวนมากทั้งในประเทศเกาหลีและในต่างประเทศซึ่งรวมถึงประเทศไทยด้วย เพราะมีเนื้อเรื่องที่เข้มข้น สอดคล้องกับยุคสมัยปัจจุบัน ที่บอกเล่าเกี่ยวกับการทำธุรกิจของตัวละครนำ ซึ่งเป็นตัวละครที่มีเป้าหมายที่ชัดเจน มีความเป็นผู้นำ รักในความถูกต้อง มีความพยายามและความอดทนในการเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ โดยผู้ชมสามารถนำมาเป็นข้อคิดและแนวทางในการเป็นผู้ประกอบการได้ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำใน ซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส โดยทำการวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมของตัวละครนำในด้านความเป็นผู้ประกอบการใน 5 องค์ประกอบ โดยผลของการศึกษาอาจทำให้เกิดการพัฒนาสื่อเพื่อการเรียนรู้หรือภาพยนตร์ที่สอดแทรกเนื้อหาเกี่ยวกับพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อการพัฒนาผู้เรียนหรือผู้ชมสื่อ และเป็นส่วนหนึ่งในการร่วมสร้างสรรค์สังคมแห่งการประกอบการ (Entrepreneurial Society) ของประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ คือ เพื่อศึกษาพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำใน ซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส

การทบทวนวรรณกรรม

ความหมายของพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการ

Bird & Schjoedt (2009) อธิบายว่า พฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการเป็นคุณสมบัติเฉพาะบุคคล โดยมีองค์ประกอบที่สำคัญสองประการ คือ การมีความสามารถในทางวิชาการในสาขาอาชีพต่าง ๆ และกระบวนการในการประกอบกิจการงานต่าง ๆ เช่น การตัดสินใจและการใช้ความคิดสร้างสรรค์ พฤติกรรมของความเป็นผู้ประกอบการเกิดจากทักษะ ความรู้ ประสบการณ์ สติปัญญา การเรียนรู้ และความตั้งใจของผู้ประกอบการ ซึ่งความตั้งใจนั้นหากดำเนินการอย่างเหมาะสม ในท้ายที่สุดจะนำไปสู่

พฤติกรรมของความเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ แรงจูงใจ ความสามารถ และความรู้ความเข้าใจล้วนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการ

Gartner et al. (2010) ได้อธิบายถึงพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการไว้ว่า เป็นพฤติกรรมส่วนบุคคล ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักที่จำเป็นในการสร้างองค์กรให้เกิดขึ้น พฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการคือพฤติกรรมที่มีความสำคัญ เป็นวิธีการหลักที่จะตรวจสอบความแตกต่างระหว่างบุคคลได้

Wang et al. (2022) ได้ให้คำนิยามของพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการ ไว้ว่า เป็นพฤติกรรม การนำความคิดที่ดีไปปฏิบัติใช้ พฤติกรรมที่ต้องการสำหรับการเป็นเจ้าของธุรกิจ เช่น ความมุ่งมั่นอย่างเต็มที่ ความคิดริเริ่มส่วนบุคคล พฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการมีส่วนสำคัญในการอยู่รอดต่อการเปลี่ยนแปลงภายนอก นอกจากนี้ยังมีผลชี้ขาดในการบรรลุความได้เปรียบในการแข่งขัน ส่งผลให้การส่งเสริมพฤติกรรมผู้ประกอบการได้กลายเป็นเป้าหมายหลักในการเป็นผู้ประกอบการ

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับความหมายของพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า พฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการ หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลซึ่งกระทำและแสดงออกผ่านการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ

องค์ประกอบของพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการ

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับองค์ประกอบของพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการที่เผยแพร่โดยนักวิจัยทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงได้สรุปพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญออกเป็น 5 องค์ประกอบ ดังต่อไปนี้ (Scherer & Adams, 2007; Nyello et al., 2015; Kappel, 2016; Wang et al., 2022)

1. **ความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ (Achievement)** หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกถึงการวางแผนการทำงาน ความขยันสู้งานหนัก การมีแรงจูงใจสู่ความสำเร็จ และมีความสามารถในการทำงานเป็นทีม

2. **ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (Self-Efficacy)** หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกถึงการรับรู้ในศักยภาพของตนเอง การเป็นผู้ใฝ่เรียนใฝ่รู้ ความกล้าทำงานที่ท้าทายความสามารถของตนเอง และมีความสามารถในการควบคุมตนเอง

3. **ความเชื่อในการสร้างคุณค่าและนวัตกรรม (Value and Innovation Creation)** หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการแบบใหม่ พัฒนาวิธีการทำงานแบบใหม่ สร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ และการสร้างคุณค่าให้กับองค์กร

4. **ความสามารถในการสื่อสารและการสร้างเครือข่าย (Great Communicator and Networker)** หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกถึงการรู้จักพูดโน้มน้าวใจผู้ฟัง เป็นผู้เปิดใจรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น รู้จักปฏิบัติตัวให้เข้ากับกลุ่มคนที่มีความหลากหลาย และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายทางธุรกิจ

5. การรับความเสี่ยง (Risk Taking) หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกถึงความสามารถในการคาดการณ์สถานการณ์และวางแผนเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลง พัฒนากำลังคนให้มีศักยภาพในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง การตัดสินใจทางธุรกิจแม้มีความเสี่ยง และมีความสามารถในการฟื้นตัวแม้เผชิญปัญหา

ระเบียบวิธีการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาโดยการวิเคราะห์เนื้อหาในซีรี่ย์ มีรายละเอียดเกี่ยวกับประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และวิธีการเก็บข้อมูล ดังต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยศึกษาจากการวิเคราะห์เนื้อหาในซีรี่ย์เรื่อง อีทวอน คลาส จำนวน 16 ตอน ซึ่งเป็นหน่วยการวิเคราะห์ (Unit of Analysis) ของการวิจัยครั้งนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการ ใช้สำหรับวิเคราะห์พฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำ ประกอบไปด้วยประเด็นการวิเคราะห์ 5 ด้าน ได้แก่ 1) มีความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ 2) มีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง 3) มีความเชื่อในการสร้างคุณค่าและนวัตกรรม 4) มีความสามารถในการสื่อสารและการสร้างเครือข่าย และ 5) มีการรับความเสี่ยง ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยทำการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence: IOC) ของเครื่องมือ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยนำเสนอในรูปแบบพรรณนาและใช้ตารางประกอบการบรรยาย และใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรี่ย์เกาหลี เรื่อง อีทวอน คลาส ทั้งในด้านความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ด้านความเชื่อในการสร้างคุณค่าและนวัตกรรม ด้านความสามารถในการสื่อสารและการสร้างเครือข่าย และด้านการรับความเสี่ยง จากตารางต่อไปนี้ หากตอน (Episode) ใดที่มีเครื่องหมาย ✓ หมายถึง ตัวละครนำได้แสดงพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการในตอนนั้น ๆ หากไม่มีเครื่องหมาย ✓ แสดงว่าไม่มีพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการด้านนั้นในตอนดังกล่าว

ตารางที่ 1 สรุปพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครน้า

พฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการ	ตอนที่																f	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16		
ด้านที่ 1 ความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ (f=25)																		
1. การวางแผนการทำงาน		✓							✓								2	
2. ความขยันสู้งานหนัก	✓	✓	✓	✓	✓				✓			✓					7	
3. การมีแรงจูงใจสู่ความสำเร็จ	✓	✓		✓								✓					4	
4. ความสามารถในการทำงานเป็นทีม	✓		✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			12	
ด้านที่ 2 ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (f=21)																		
1. การรับรู้ในศักยภาพของตนเอง	✓	✓	✓	✓	✓		✓					✓				✓	8	
2. การเป็นผู้ใฝ่เรียนใฝ่รู้	✓	✓	✓														3	
3. ความกล้าทำงานที่ท้าทายความสามารถของตนเอง		✓	✓			✓						✓	✓				5	
4. ความสามารถในการควบคุมตนเอง		✓	✓					✓		✓						✓	5	
ด้านที่ 3 ความเชื่อในการสร้างคุณค่าและนวัตกรรม (f=11)																		
1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการแบบใหม่																✓	1	
2. พัฒนาวิธีการทำงานแบบใหม่												✓					1	
3. สร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ				✓		✓			✓		✓		✓				5	
4. การสร้างคุณค่าให้กับองค์กร								✓			✓		✓			✓	4	
ด้านที่ 4 ความสามารถในการสื่อสารและการสร้างเครือข่าย (f=14)																		
1. การรู้จักพูดโน้มน้าวใจผู้ฟัง					✓			✓				✓					3	
2. เป็นผู้เปิดใจรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น	✓	✓	✓	✓	✓				✓			✓					7	
3. การรู้จักปฏิบัติตัวให้เข้ากับกลุ่มคนที่มีความหลากหลาย					✓			✓									2	
4. การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายทางธุรกิจ								✓		✓							2	
ด้านที่ 5 การรับความเสี่ยง (f=14)																		
1. การคาดการณ์สถานการณ์และวางแผนเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลง						✓	✓										✓	3
2. พัฒนากำลังคนให้มีศักยภาพในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง					✓		✓											2
3. การตัดสินใจทางธุรกิจแม้มีความเสี่ยง		✓	✓		✓							✓						4
4. ความสามารถในการฟื้นตัวแม้เผชิญปัญหา					✓			✓	✓		✓		✓					5

จากตารางที่ 1 พบว่า พฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาจากการวิเคราะห์เนื้อหาในซีรีส์ จำนวน 16 ตอน ปรากฏว่าที่พบมากที่สุด ได้แก่ ด้านความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ (f=25) ด้านความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง (f=21) ด้านความสามารถในการสื่อสารและการสร้างเครือข่าย และด้านการรับความเสี่ยง (f=14 เท่ากัน) ส่วนด้านที่มีความถี่น้อยที่สุดในซีรีส์ ได้แก่ ด้านความเชื่อในการสร้างคุณค่าและนวัตกรรม (f=11) เมื่อพิจารณารายประเด็นพบว่า พฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการที่มีความถี่สูง ได้แก่ ความสามารถในการทำงานเป็นทีม (f=12) รองลงมา ได้แก่ การรับรู้ในศักยภาพของตนเอง (f=8) ความขยันสู้งานหนัก และ เป็นผู้เปิดใจรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น (f=7) ความกล้าทำงานที่ท้าทายความสามารถของตนเอง ความสามารถในการควบคุมตนเอง สร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ และ ความสามารถในการฟื้นตัว แม้เผชิญปัญหา (f=5) การมีแรงจูงใจสู่ความสำเร็จ การสร้างคุณค่าให้กับองค์กร และ การตัดสินใจทางธุรกิจแม้มีความเสี่ยง (f=4) การเป็นผู้ใฝ่เรียนใฝ่รู้ การรู้จักพูดโน้มน้าวใจผู้ฟัง และการคาดการณ์สถานการณ์และวางแผนเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลง (f=3) การวางแผนการทำงาน การรู้จักปฏิบัติตัวให้เข้ากับกลุ่มคนที่มีความหลากหลาย การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายทางธุรกิจ และพัฒนากำลังคน ให้มีศักยภาพในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง (f=2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการแบบใหม่ และ พัฒนาวิธีการทำงานแบบใหม่ (f=1) การอธิบายพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส เรียงลำดับตามค่าความถี่ มีรายละเอียดดังนี้

1. ความสามารถในการทำงานเป็นทีม ตัวอย่างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ด้านความสามารถในการทำงานเป็นทีม ที่สังเกตได้ชัด คือ การที่ พัคแซรอย (ตัวละครนำ) คิดว่าความเชื่อใจของพนักงานที่มีต่อตัวของเขาทำให้ตนเองรู้สึกแข็งแกร่ง และสามารถที่จะเปิดร้านต่อไปได้เพราะการมีอยู่ของพนักงานในร้านทุกคน ถึงจะมีเหตุการณ์หลาย ๆ อย่างเกิดขึ้น เช่น พนักงานเสิร์ฟที่เพิ่งจะออกจากคุก ยังไม่มีประสบการณ์ และทะเลาะวิวาทกับลูกค้า หรือเซฟที่ยังทำอาหารไม่ชำนาญ รสมือไม่คงที่ แต่พัคแซรอยยังมีความเชื่อมั่นในตัวพนักงานของเขา และดูแลทุกคนเป็นอย่างดี เพราะพนักงานนั้นเป็นอีกหนึ่งพลังสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจให้ไปไกลกว่าเดิมได้ อีกทั้ง พัคแซรอย ยังเป็นผู้ที่ให้โอกาสคน ให้พนักงานทุกคนเสนอความคิดเห็นได้ เข้าใจและยอมรับข้อดี ข้อบกพร่องของผู้อื่น รวมถึงการที่พัคแซรอยแสดงออกถึงความต้องการและมีความมุ่งมั่นที่จะประสบความสำเร็จอยู่เสมอ ทำให้พนักงานเกิดความเชื่อมั่นในตัวเขา และร่วมมือร่วมใจกันทำงานจนประสบผลสำเร็จ

2. การรับรู้ในศักยภาพของตนเอง ตัวอย่างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ด้านการรับรู้ในศักยภาพของตนเอง ที่สังเกตได้ชัด คือ พัคแซรอยนั้น ถึงแม้จะอยู่ในคุก แต่ก็มักจะอ่านหนังสืออยู่เป็นประจำ หลายครั้งจึงถูกคนอื่นถามถึงเรื่องที่เขาอ่านหนังสือไปก็ไร้ประโยชน์ คงไม่สามารถทำงานในบริษัทได้ แต่พัคแซรอยก็ไม่เคยย่อท้อต่อ

คำดูถูกของผู้อื่น เพราะตัวเขานั้นมีเป้าหมายที่ยิ่งใหญ่ และมีสิ่งที่ยากจะทำให้ประสบความสำเร็จ นั่นคือการมีธุรกิจอาหาร พัคแซรอยเป็นคนที่มีความเชื่อในความสามารถของตัวเอง ว่าสามารถทำความฝันให้เป็นจริงได้ และเมื่อเขาเกิดความเชื่อ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าพัคแซรอยจะพยายามหาวิธีการต่าง ๆ ที่จะทำให้เขาประสบความสำเร็จอย่างที่ต้องการ

3. ความขยันสู้งานหนัก ตัวอย่างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ด้านความขยันสู้งานหนัก ที่สังเกตได้ชัด คือ การที่พัคแซรอยทุ่มเททำงานหนักมาโดยตลอด และไม่เกียจงานหนัก ไม่ว่าจะเป็นชาวประมง กรรมกร หรือทำงานโรงงานนั้น ทำให้พัคแซรอยมีเงินเก็บเป็นจำนวนมหาศาล จนสามารถนำมาลงทุนเปิดร้านอาหารในย่านอีแทวอนได้ รวมถึงในตอนเปิดร้าน พัคแซรอยและพนักงานในร้านทุกคน ได้ออกแบบและลงมือจัดร้านใหม่ด้วยตนเอง ทั้งทูปกำแพงเพื่อขยายร้าน สร้างบรรยากาศให้ร้านใหม่ด้วยของแต่งร้านที่ทันสมัยเพื่อให้ถ่ายรูปสวย เปลี่ยนหลอดไฟเพื่อลดความสว่างร้าน รวมถึงช่วยกันคิดเมนูเด็ดของร้านที่จะทำให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ประจำร้าน และถึงแม้งานจะหนักเพียงใดแต่ทุกคนก็มีความอดทน และไม่ย่อท้อ เพราะต้องการให้ร้านนั้นประสบความสำเร็จ

4. การเป็นผู้เปิดใจรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ตัวอย่างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ด้านการเป็นผู้เปิดใจรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น ที่สังเกตได้ชัด คือ การที่โซอึซอ อธิบายถึงเหตุผลที่ร้านทันสมัยไม่ประสบผลสำเร็จให้แก่พัคแซรอยได้ฟังว่า นอกจากการโปรโมทร้านแล้ว ยังมีองค์ประกอบอย่างอื่น ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ร้านประสบความสำเร็จ โดยร้านของแซรอยนั้นไม่ได้มาตรฐาน เช่น การตกแต่งร้านที่ดูไม่เข้าที่ พนักงานไม่มีประสบการณ์ ไม่มีความรู้เรื่องการบริการ ร้านไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว พัคแซรอยรับฟังอึซอ และชื่นชมที่เธอเหล่านั้นมีความสามารถในการตลาดเป็นอย่างดี ซึ่งในขณะนั้นโซอึซอเองยังเป็นเพียงนักเรียนมัธยม อายุเพียง 18 ปีเท่านั้น ซึ่งการที่พัคแซรอยรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่นจึงทำให้ได้เห็นมุมมองของลูกค้าที่มีต่อร้าน ได้ข้อมูลใหม่ที่ดีกว่าเดิม ซึ่งมีส่วนช่วยให้ร้านนั้นประสบความสำเร็จ

5. ความกล้าทำงานที่ท้าทายความสามารถของตนเอง ตัวอย่างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ด้าน ความกล้าทำงานที่ท้าทายความสามารถของตนเอง ที่สังเกตได้ชัด คือ พัคแซรอย มีความตั้งใจที่จะพัฒนา ic กรุ๊ป ให้ก้าวไปอีกขั้น ด้วยการเข้าร่วมงานเชิงไฮ้ แพรนไชส์ ที่ประเทศจีน ด้วยหวังจะเชิญชวนชาวต่างชาติมาร่วมลงทุนกับ ic กรุ๊ป โดยเริ่มจากขยายธุรกิจไปยังประเทศจีนก่อน จากนั้นจะขยายไปทั่วโลก และมีความคาดหวังให้แบรนด์ทันสมัยมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น เมื่อตัวพัคแซรอยมีความคิดในการทำงานว่างานที่ต้องทำท้าทายความสามารถของตนเอง มีมุมมองในการทำงานที่ต้องการทำสิ่งที่ยากขึ้นหรือไม่เคยทำมาก่อน ทำให้เกิดความพยายาม และหาวิธีที่จะทำให้งานนี้บรรลุผล เกิดความกระตือรือร้น และแรงขับเคลื่อนด้วยเช่นกัน

6. ความสามารถในการควบคุมตนเอง ตัวอย่างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ด้าน ความสามารถในการควบคุมตนเอง ที่สังเกตได้ชัด คือ ในช่วง

ที่พัคแซรอยอยู่ในเรือนจำ แม้จะอยู่ในสภาพแวดล้อมใหม่ และมีบุคคลรอบตัวที่ชอบใช้กำลัง แต่พัคแซรอยก็สามารถควบคุมตนเองไม่ให้ประพฤติตัวในทางที่ไม่เหมาะสม ซึ่งตัวเขาใช้เวลาว่างในการอ่านหนังสืออยู่เสมอ รวมถึงมีบางครั้งที่เกิดเหตุการณ์ทะเลาะวิวาทขึ้นในร้านอาหาร เพราะมีลูกค้าที่อยู่ในอาการมึนเมา พุดจาถูกพนักงานในร้าน แต่พัคแซรอยก็พยายามควบคุมตนเองไม่ให้ทะเลาะกับลูกค้า ซึ่งพัคแซรอยนั้นมีความพยายามในการควบคุมตนเอง ทั้งด้านอารมณ์ และด้านพฤติกรรมสถานการณ์ต่าง ๆ อยู่เสมอ ซึ่งการที่คนเรามีความสามารถในการควบคุมตนเองได้นั้นจะส่งผลถึงความฉลาดทางอารมณ์ ทำให้เรารู้จักใช้เหตุและผล และนอกจากนี้ยังช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับคนรอบข้างรวมถึงสังคมที่เราอยู่อีกด้วย

7. สร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ ตัวอย่างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ด้าน การสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ ที่สังเกตได้ชัด คือ การที่พัคแซรอยยอมรับว่าตนเองไม่ได้เก่งในเรื่องของธุรกิจ ไม่ถนัดด้านการตลาด และพยายามแก้ไขจุดบกพร่องนี้ด้วยการรับความช่วยเหลือจากผู้เชี่ยวชาญ โดยมีการเปลี่ยนแปลงการทำการตลาดแบบที่ทำอยู่เดิมคือการแจกใบปลิว มาเป็น Digital marketing โดยการใช้ช่องทาง Social media ของโซเชียล ซึ่งมีผู้ติดตามบนแอปพลิเคชันอินสตาแกรม มากกว่า 700,000 คน มาสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ ความเชี่ยวชาญและความฉลาดใช้อินเทอร์เน็ตของโซเชียล ทำให้ร้านทันบัมเกิดการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้นทันที เพราะโซเชียลใช้ช่องทางบนโลกโซเชียลของเธอในการรีวิวร้านทันบัมให้ผู้ติดตามได้รู้จัก ทั้งถ่ายรูปแบบมุมต่าง ๆ ของร้าน และแนะนำรายการอาหาร ทำให้ผู้ติดตามต้องการมาตามรอยโซเชียลเป็นจำนวนมาก

8. ความสามารถในการฟื้นตัวแม่เผชิญปัญหา ตัวอย่างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ด้าน ความสามารถในการฟื้นตัวแม่เผชิญปัญหาที่สังเกตได้ชัด คือ เมื่อพัคแซรอยยอมรับได้ว่าตัวเขานั้นไม่ได้เก่งและเชี่ยวชาญในด้านการทำธุรกิจและพยายามแก้ไขปัญหาด้วยการให้ผู้เชี่ยวชาญมาช่วยแก้ปัญหานั้น ถึงแม้ว่าในช่วงแรกร้านทันบัมจะไม่มีลูกค้าเลย แต่หลังจากที่พัคแซรอยตัดสินใจจ้างโซเชียลเข้ามาเป็นผู้จัดการและเปลี่ยนแปลงรูปแบบการทำการตลาดมาเป็นแบบออนไลน์ ทำให้ร้านทันบัมมีลูกค้าเพิ่มมากขึ้น หรือในตอนที่ร้านทันบัมถูกไล่ที่จากตึกในย่านอีแทวอน พัคแซรอยได้ตัดสินใจซื้อตึกตึกใหม่เพื่อป้องกันการถูกไล่ที่อีกครั้ง โดยตึกที่พัคแซรอยไปซื้อนั้นตั้งอยู่ในซอยที่ค่อนข้างเงียบเหงา นักท่องเที่ยวบางตา พัคแซรอยจึงมีความคิดที่จะเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวด้วยการทำให้ร้านทุกร้านในย่านนี้พัฒนาขึ้นไปด้วยกัน ด้วยการให้ความช่วยเหลือด้านการตลาด รสชาติอาหาร และการตกแต่งร้าน จึงทำให้ในย่านใหม่นี้มีความดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

9. การมีแรงจูงใจสู่ความสำเร็จ ตัวอย่างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ด้าน การมีแรงจูงใจสู่ความสำเร็จที่สังเกตได้ชัด คือ ในตอนที่พัคแซรอยใช้ชีวิตอยู่ในเรือนจำ เขาได้อ่านหนังสือประวัติของประธานจางแดฮี และได้ทราบว่าประธานจางเริ่มต้นธุรกิจด้วยกิจการเล็ก ๆ จนกลายเป็นบริษัทใหญ่โต แซรอยรู้สึกทึ่งและมีความต้องการที่จะลองเปิดกิจการร้านอาหารดูบ้าง และนั่นทำให้เขามีเป้าหมายในการใช้ชีวิตและมีแรงจูงใจที่จะประกอบธุรกิจให้ประสบ

ผลสำเร็จ พักแซรอยจึงไม่หาความรู้อยู่เสมอ ถึงแม้ใครจะบอกว่าคนที่เคยติดคุกนั้นไม่มีทางจะได้ทำงานที่ดี แต่พักแซรอยกลับไม่คิดเช่นนั้น เขามีแรงจูงใจที่เป็นพลังกระตุ้นให้ทำในสิ่งที่ต้องการให้ประสบความสำเร็จ

10. การสร้างคุณค่าให้กับองค์กร ตัวอย่างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ด้าน การสร้างคุณค่าให้กับองค์กรที่สังเกตได้ชัด คือ ในตอนสุดท้ายที่ ซางกากรู๊ปประสบกับปัญหาใหญ่ นั่นคือถูกตรวจสอบและดำเนินคดีเกี่ยวกับการฉ้อโกงและการฟอกเงิน ทำให้ผู้ถือหุ้นหลายรายทยอยกันขายหุ้น ผู้ถือหุ้นที่เหลืออยู่จึงเสนอให้มีการเทคโอเวอร์ซางกากรู๊ป ซึ่งสุดท้ายซางกาก็ถูกเทคโอเวอร์โดย ic กรุ๊ป โดยพักแซรอยได้กล่าวถึงซางกาในวันประชุมผู้ถือหุ้นว่า ถึงแม้ข่าวที่เกิดขึ้นจะทำให้ซางกาดูแย่ แต่ซางกาก็ยังเป็นบริษัทอาหารชั้นนำ เพราะในตอนเกาหลีเคยอยู่ในช่วงวิกฤติ ผู้คนยากจน ขาดแคลนอาหารนั้น ก็ได้เมนูหมูผัดซอสโคชูจังของซางกาที่คอยปลอบโยนผู้คน ด้วยรสชาติที่อร่อยและราคาไม่แพง เรื่องที่เกิดขึ้นนั้นเป็นแค่ความผิดพลาดบุคคล ซางกาก็ยังเป็นบริษัทอาหารที่ดีเพราะสิ่งที่ซางกาได้รับในการทำธุรกิจไม่ใช่แค่ผลกำไรแต่คือความเชื่อมั่นของผู้คน ซึ่งแซรอยบอกว่าตัวเขาจะทำให้ซางกากลับมารุ่งเรืองอีกครั้งหนึ่ง คำกล่าวของพักแซรอยนั้นแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของบริษัทที่แท้จริง และยังทำให้พนักงานบริษัท และผู้ถือหุ้นเกิดความเชื่อมั่น และเห็นว่าพักแซรอยพร้อมที่จะลงทุนเพื่อให้ซางกาเติบโตและประสบความสำเร็จไปด้วยกัน

11. การตัดสินใจทางธุรกิจแม้มีความเสี่ยง ตัวอย่างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ด้าน การตัดสินใจทางธุรกิจแม้มีความเสี่ยงที่สังเกตได้ชัด คือ ในช่วงแรกที่ร้านทันบัมเพิ่งเริ่มต้นกิจการ และยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก จึงทำให้ไม่มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการ แต่พักแซรอยก็ยังรับพนักงานใหม่เพิ่มเข้ามาอีก 2 ตำแหน่ง คือ จางกินซู ตำแหน่งพนักงานเสิร์ฟ และ โซอีซอ ตำแหน่งผู้จัดการร้าน โดยตัวพักแซรอยเองก็ทราบดีว่าการรับพนักงานเพิ่มนั้นต้องเผชิญกับต้นทุนค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นแต่เขาก็ยอมเสี่ยงเพราะเห็นถึงศักยภาพในตัวพนักงานใหม่ที่เพิ่มเข้ามา ว่าสามารถช่วยเหลือและพัฒนาร้านทันบัมให้ดีขึ้นได้ และเมื่อร้านทันบัมเป็นที่รู้จักมากขึ้น ได้มีนักลงทุนจากบริษัทลงทุนขนาดใหญ่ เสนอเงินลงทุนจำนวนหนึ่งให้แก่ร้านทันบัม เพื่อให้เปิดแฟรนไชส์ ซึ่งพักแซรอยเองก็ไม่สามารถคาดการณ์ได้ว่าการลงทุนในครั้งนี้มีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จหรือไม่ แต่เขาก็ลองเสี่ยงตัดสินใจที่จะเปิดแฟรนไชส์ร้านทันบัม

12. การเป็นผู้ใฝ่เรียนใฝ่รู้ ตัวอย่างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ด้าน การเป็นผู้ใฝ่เรียนใฝ่รู้ที่สังเกตได้ชัด คือ ในตอนที่พักแซรอยถูกพิพากษาให้จำคุกเป็นเวลา 3 ปี แต่เขาใช้ชีวิตอยู่ในเรือนจำในทุก ๆ วันอย่างคุ้มค่า ด้วยการเข้าห้องสมุดอ่านหนังสืออยู่เป็นประจำ เพื่อที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ที่เขาต้องการเรียนรู้ โดยหนังสือเล่มที่พักแซรอยอ่านเป็นประจำ คือ หนังสือชีวประวัติของประธานจางแดฮี แห่งซางกากรู๊ป โดยเขาศึกษากลยุทธ์ของซางกากรู๊ปอย่างละเอียดและจำได้ขึ้นใจ ซึ่งพฤติกรรมของพักแซรอย ตรงกับสำนวนที่ว่า “รู้เขา รู้เรา รบร้อยครั้งชนะร้อยครั้ง” ซึ่งเป็นข้อคิดเชิงปรัชญาจาก sun Tzu ที่เป็นผู้เขียนตำราพิชัยสงครามซุนจื๊อ นอกจากนี้ยังมีเหตุการณ์ในช่วงที่

เริ่มต้นเปิดร้านทันที พักแคชเชอร์มีความกังวลที่ร้านไม่มีลูกค้า เขาจึงพยายามเดินไปรอบ ๆ ย่านอิทวอน เพื่อสังเกตกิจการร้านอื่น ว่ากิจการของแต่ละร้านเป็นอย่างไรบ้าง เพื่อนำมาเปรียบเทียบกับร้านของตนเอง

13. การรู้จักพูดโน้มน้าวใจผู้ฟัง ตัวอย่างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อิทวอน คลาส ด้าน การรู้จักพูดโน้มน้าวใจผู้ฟังที่สังเกตได้ชัด คือ เหตุการณ์ในช่วงที่ ซางกาจ้างคนมาหลอกลงทุนให้ร้านทันที และสุดท้ายก็ถอนเงินลงทุนและหนีหายไป ทำให้คนจำนวนมากที่จะเปิดแฟรนไชส์ทันทีมาประท้วงที่ IC กรุ๊ปด้วยอารมณ์โมโห พักแคชเชอร์ถูกต่อว่าจากผู้มาประท้วง ด่าทอ สาราพัค โดยไม่ฟังเหตุผล สุดท้ายพักแคชเชอร์จึงพูดว่า การที่ทุกคนต้องการเปิดแฟรนไชส์ทันทีนั้นเป็นเพราะ ชื่นชอบและพึงพอใจในรสชาติอาหารในตอนที่ได้ชิมใช่หรือไม่ และถึงแม้จะไม่มีนักลงทุนแต่รสชาติอาหาร นั้นก็ไม่มีความเปลี่ยนแปลง และ IC กรุ๊ปก็ไม่มีทางทรยศใครเพราะพื้นฐานของการทำธุรกิจนั้นขึ้นอยู่กับความ น่าเชื่อถือ คำพูดของพักแคชเชอร์สามารถกลี้ยกล่อมให้ผู้ประท้วงฟังแล้วเกิดความเชื่อถือ มีความคิดเห็น คล้อยตาม และทำให้ผู้ประท้วงสงบลงได้ โดยกลวิธีการโน้มน้าวใจของพักแคชเชอร์ คือ การแสดงให้ผู้ฟังเห็น ถึงความหนักแน่นของเหตุผลและแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือของตัวเอง

14. การคาดการณ์สถานการณ์และวางแผนเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลง ตัวอย่าง พฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อิทวอน คลาส ด้าน การคาดการณ์ สถานการณ์และวางแผนเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่สังเกตได้ชัด คือ ในช่วง 8 ปีก่อนที่จางกึนวอนมี ปัญหาทะเลาะวิวาทจนเป็นข่าวดังทางโทรทัศน์ ประชาชนหลายคนได้แรงบันดาลใจให้มีการคว่ำบาตรสินค้าของ ซางกากรุ๊ป ส่งผลให้หุ้นของซางกาตกลงเป็นอย่างมาก และตอนนั้นเองที่พักแคชเชอร์ใช้เงินเก็บรวมถึงเงินที่ได้จากเงินประกันชีวิตของพ่อลงทุนไปกับการซื้อหุ้นซางกาเอาไว้ ทำให้พักแคชเชอร์กลายเป็นผู้ถือหุ้นคน หนึ่งของซางกา เมื่อประธานจางแดฮีทราบ จึงได้ถามกับแคชเชอร์ว่าทำไมถึงนำเงินมากมายมาลงทุนซื้อหุ้น ของซางกาที่ร่วงจนบริษัทจะล้มละลายเมื่อ 8 ปีที่แล้ว แคชเชอร์ตอบว่าเขามีความเชื่อว่าจะถึงแม้ภาพลักษณ์ ของแบรนด์จะเสียหายแต่คุณค่าของซางกานั้นยังคงอยู่และจะสามารถกลับมายิ่งใหญ่ได้เหมือนเดิม เพราะ ได้รับความเชื่อมั่นจากทุกคน และแคชเชอร์ก็ยังคิดว่าการลงทุนนี้เขาจะสามารถสร้างผลกำไรตอบแทน ได้มากที่สุดในระยะยาว

15. การวางแผนการทำงาน ตัวอย่างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์ เกาหลี เรื่อง อิทวอน คลาส ด้าน การวางแผนการทำงานที่สังเกตได้ชัด คือ การที่พักแคชเชอร์ตั้งเป้าหมายไว้ ว่าต้องการเปิดธุรกิจด้านอาหารและเป็นหนึ่งในเหนือซางกาให้ได้ ทำให้ตัวเขานั้นมีการวางแผนในการใช้ ชีวิตและการทำงานที่แน่นอนและได้กำหนดช่วงเวลาระยะยาวไว้อย่างชัดเจน เห็นได้จากพฤติกรรมขณะที่ แคชเชอร์อยู่ในคุกเป็นเวลา 3 ปี แผนการใช้ชีวิตของเขาคือการหาความรู้ด้านธุรกิจและศึกษาคู่แข่งอย่าง ประธานจางแดฮี ภายหลังจากออกจากคุกแผนการทำงานและเก็บเงินมาลงทุนเปิดร้านของเขาคือการไปทำ ประมงน้ำลึก รวมถึงเป็นกรรมกร และอีก 7 ปีต่อมาที่แคชเชอร์วางแผนไว้ว่าจะเก็บเงินนั้น เขาก็มีเงินมาเปิด ร้านอาหารเป็นของตัวเองโดยตั้งชื่อว่า “ทันที” มีการขยายร้านแฟรนไชส์ และจนในที่สุดพักแคชเชอร์ก็

สามารถก่อตั้งบริษัทอาหารเป็นของตัวเองได้สำเร็จ ซึ่งใช้ชื่อว่า IC กรุ๊ป ซึ่งย่อมาจาก “Itaewon Class” ซึ่งการที่แพ็คเซอร์อยรู้ว่าตนเองต้องการทำอะไรหรือมีเป้าหมายอย่างไรทำให้เขานั้นสามารถวางแผนการทำงานและหาสิ่งที่จำเป็นต้องทำเพื่อให้เป้าหมายนั้นสำเร็จได้อย่างชัดเจน

16. การรู้จักปฏิบัติตัวให้เข้ากับกลุ่มคนที่มีความหลากหลาย ตัวอย่างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ด้าน การรู้จักปฏิบัติตัวให้เข้ากับกลุ่มคนที่มีความหลากหลายที่สังเกตได้ชัด คือ ร้านทันบัมประกอบด้วยพนักงานที่มีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเซฟ ที่เป็น LGBTQ+ หรือกลุ่มหลากหลายทางเพศ ซึ่งในสังคมเกาหลีนั้นยังไม่เปิดกว้างในเรื่องนี้ แต่แพ็คเซอร์อยเปิดกว้างและยอมรับเพศทางเลือกที่แตกต่าง ให้โอกาสในการทำงานโดยวัดจากความสามารถไม่เกี่ยวกับเพศ หรือกับพนักงานใหม่ที่เป็นชาวผิวสี ซึ่งเป็นความหลากหลายของเชื้อชาติ แพ็คเซอร์อยก็ให้สิทธิเท่าเทียมกัน ซึ่งข้อดีของการมีกลุ่มคนที่มีความหลากหลายคือการได้เรียนรู้ในสิ่งใหม่ ๆ เช่น วัฒนธรรม ภาษา และช่วยสร้างความเคารพซึ่งกันและกันได้ดีขึ้น รวมถึงการเสริมสร้างความสามัคคีในการทำงานซึ่งเซอร์อยนั้นปฏิบัติตัวกับพนักงานในร้านทุกคนอย่างเท่าเทียม และเป็นผู้นำที่ดี เป็นที่รักของทุกคน

17. การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายทางธุรกิจ ตัวอย่างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ด้าน การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับเครือข่ายทางธุรกิจที่สังเกตได้ชัด คือ แพ็คเซอร์อยมีการสร้างเครือข่ายธุรกิจที่หลากหลาย โดยเครือข่ายทั้งหมดนั้นมาจากตัวตนของเขาที่มีแนวคิดและการกระทำที่ดี ทั้งเครือข่ายด้านการเงิน ที่ได้เพื่อนนักเรียนสมัยมัธยมที่แพ็คเซอร์อยเคยช่วยไว้จากการโดนจางกึนวอนกลั่นแกล้ง ทำให้เขารู้สึกขอบคุณและอยากตอบแทนเซอร์อยด้วยการเป็นผู้ดูแลกองทุนและวางแผนทางการเงินให้ ในเครือข่ายด้านแหล่งผลิตสินค้า แพ็คเซอร์อยสามารถซื้อวัตถุดิบที่ใช้ในร้านอาหารได้ในราคาถูกและมีคุณภาพดี เพราะรู้จักกับเจ้าของสวนผักดีดีตำรวจที่เคยทำคดีของพ่อเซอร์อย แต่โดนบังคับให้ปิดคดีจนรู้สึกผิดจึงลาออกจากตำรวจมาทำสวนผักแล้วขายให้กับเซอร์อยในราคาที่ถูกลงกว่าท้องตลาด และเครือข่ายด้านธุรกิจที่สำคัญของแพ็คเซอร์อย คือ ผอ.คังมินจองแห่งซังกากรุ๊ป ซึ่งมีความสนิทกับพ่อของแพ็คเซอร์อยมาก่อน เมื่อได้เจอกับเซอร์อย ผอ.คังมินจองรู้สึกถูกชะตาและรับรู้ถึงทัศนคติที่ดีในการทำงานของเซอร์อย จึงมีการสร้างความสัมพันธ์กัน เพื่อประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งทำให้เซอร์อยได้เรียนรู้จากประสบการณ์การบริหารงานของ ผอ.คังมินจองที่มีความสามารถและความคล่องตัวสูงทำให้การดำเนินธุรกิจของแพ็คเซอร์อยมีประสิทธิภาพสูงเช่นกัน

18. พัฒนากำลังคนให้มีศักยภาพในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลง ตัวอย่างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ด้าน พัฒนากำลังคนให้มีศักยภาพในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่สังเกตได้ชัด คือ แพ็คเซอร์อยต้องการให้ร้านทันบัมเติบโตไปได้ดีกว่านี้ แต่ปัญหาหลักของร้านคือรสชาติอาหารที่ไม่คงที่และยังไม่มีเอกลักษณ์ ซึ่งในส่วนนี้เซฟมาฮยอนอึเองก็ทราบดีว่าตนเองนั้นยังขาดฝีมือในการทำอาหารอีกมาก ซึ่งสิ่งที่แพ็คเซอร์อยทำนั้นไม่ใช่การไล่เซฟออก ทั้ง ๆ ที่เขาเองก็สามารถหาเซฟใหม่ได้มากมาย แต่เซอร์อยเรียกเซฟให้มาคุยกันต่อหน้าพนักงานทุกคน และบอกว่าจะเพิ่ม

เงินเดือนให้เป็นสองเท่าเพื่อให้เขาไปพัฒนาศักยภาพของตนเองและทำอาหารที่ดี และคิดเมนูเด่นให้กับร้าน พักแชรอยใช้การพูดให้กำลังใจพร้อมความเชื่อมั่นในตัวเธอ ทำให้เขาพยายามมีแรงใจในการพัฒนาฝีมือตนเอง เพราะต้องการตอบแทนที่แชรอยนั้นให้โอกาสทำงาน

19. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการแบบใหม่ ตัวอย่างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ด้าน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการให้บริการแบบใหม่ที่สังเกตได้ชัด คือ ร้านทันบัม เป็นร้านอาหารที่มีเมนูเด่นคืออาหารประเภทซูปต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นซูปเต้าหู้ ซูปกิมจิ ซูปลังอก และอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งอาหารประเภทซูปนั้นมีส่วนผสมที่เพิ่มความอร่อยด้วยซอสโคชูจัง ซึ่งเป็นเครื่องปรุงรสชนิดหนึ่งในอาหารเกาหลี โดยร้านทันบัมได้มีการคิดค้นสูตรเฉพาะของซอสให้มีเอกลักษณ์และรสชาติที่โดดเด่น ด้วยการคิดสรรควัตถุดิบเป็นอย่างดี โดยเฉพาะผงถั่วเหลืองหมักที่พักแชรอยนั้นใส่ใจเป็นพิเศษ จึงทำให้อาหารประเภทซูปของร้านทันบัมมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีรสชาติอร่อยเป็นที่ชื่นชอบของลูกค้า ซึ่งซอสสูตรพิเศษนี้เป็นการคิด ค้นคว้า และแก้ไขปรับปรุงให้อาหารของร้านทันบัมมีรสชาติตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

20. พัฒนารูปแบบการทำงานแบบใหม่ ตัวอย่างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ด้าน พัฒนารูปแบบการทำงานแบบใหม่ที่สังเกตได้ชัด คือ พักแชรอยและพนักงานของร้านทันบัมทุกคนมีการพัฒนารูปแบบการทำงานในรูปแบบใหม่ ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์และการเจริญเติบโตของร้าน เช่น ตอนเป็นร้านอาหารทุกคนก็ทำหน้าที่ในร้าน ไม่ว่าจะเป็นเชฟ ผู้จัดการ หรือพนักงานเสิร์ฟ แต่เมื่อร้านทันบัมกลายเป็นบริษัท IC กรุ๊ป และมีผู้ประกอบการรายใหม่ต้องการเปิดแฟรนไชส์ พนักงานในร้านจึงได้ผันตนเองกลายเป็นวิทยากรผู้ให้ความรู้ และสอนงานให้แก่ผู้ประกอบการแฟรนไชส์รายใหม่ ซึ่งในการทำงานบางครั้งก็เกิดความผิดพลาดบ้าง แต่ทุกคนในร้านก็เรียนรู้และแก้ไขปัญหาเพื่อที่จะไม่เกิดขึ้นอีก และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้มากขึ้นอีกด้วย

บทสรุปและอภิปรายผล

1. พฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เกาหลี เรื่อง อีแทวอน คลาส ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาจากการวิเคราะห์เนื้อหาในซีรีส์ จำนวน 16 ตอน ปรากฏว่า ให้ความสำคัญกับด้านความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จ ทั้งนี้ สอดคล้องกับที่นักการศึกษาด้านการประกอบการหลายคนได้สรุปไว้ว่า ความมุ่งมั่นสู่ความสำเร็จเป็นปัจจัยสำคัญของความเป็นผู้ประกอบการ (Ahmed & Ghani, 2020) เปรียบเสมือนจุดเริ่มต้นสำคัญของการพัฒนาตนเองสู่การเป็นผู้ประกอบการ นอกจากนี้ จากการวิเคราะห์พฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำยังพบว่าให้ความสำคัญกับความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง ทั้งนี้ สอดคล้องกับที่ Shaheen & AL-Haddad (2018) กล่าวว่า ความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเองเปรียบได้กับกุญแจสำคัญของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ ส่วนองค์ประกอบอื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็น

เป็นพฤติกรรมด้านความสามารถในการสื่อสารและการสร้างเครือข่าย และด้านการรับความเสี่ยง ล้วนเป็นส่วนประสมที่ลงตัวของพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำในซีรีส์เรื่อง อีแควอน คลาส

2. จากการศึกษาวิจัยประเด็น พบว่า พฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการที่มีความถี่สูง ได้แก่ ความสามารถในการทำงานเป็นทีม ทั้งนี้ จากงานวิจัยด้านการประกอบการในโลกยุคใหม่ ให้ความสำคัญกับการทำงานเป็นทีมเป็นอันดับต้น ๆ (Sumrak, 2022) นอกจากนี้ ตัวละครนำในซีรีส์ยังแสดงพฤติกรรมสม่ำเสมอในด้านการรับรู้ในศักยภาพของตนเองและขยันสู้งานหนัก ทั้งนี้ ในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเชื่อมั่นและศรัทธาในศักยภาพของตนเอง อีกทั้งมีความขยันหมั่นเพียรในกิจการงานต่าง ๆ (Gruber & MacMillan, 2017; Metallo, et al., 2020)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1. ผู้ผลิตสื่อละครหรือผู้ที่มีส่วนร่วมกับอุตสาหกรรมบันเทิงอาจนำแนวคิดการสร้างละครหรือภาพยนตร์ที่สอดแทรกการสอนหรือการพัฒนาพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการเพื่อให้มุมมองที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ชมที่มีความสนใจจะเป็นเจ้าของกิจการส่วนตัว รวมถึงการทำงานที่ส่งเสริมความสำเร็จและสร้างความสุขในการทำงาน ถ่ายทอดผ่านตัวละครนำในซีรีส์ ละคร หรือภาพยนตร์

2. นักการศึกษาด้านการประกอบการหรือนักพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อาจนำแนวคิดพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการที่เป็นผลจากการวิจัยครั้งนี้ไปปรับใช้เป็นกรอบการพัฒนา หรือสร้างหลักสูตรเพื่อเสริมสร้างพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการสำหรับนักเรียน นิสิตนักศึกษา รวมถึงประชาชนทั่วไป

3. ผู้ที่สนใจเป็นผู้ประกอบการสามารถเรียนรู้พฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการของตัวละครนำจากซีรีส์เรื่องนี้ และนำไปใช้เสริมสร้างศักยภาพด้านการประกอบการธุรกิจของตนเองให้ประสบความสำเร็จ และร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างสังคมแห่งการประกอบการที่ดี

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาสื่อสร้างสรรค์ในลักษณะเช่นเดียวกับซีรีส์เรื่องอีแควอน คลาส ที่สามารถบูรณาการเนื้อหาด้านพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการสอดแทรกลงในเนื้อหาของสื่อที่น่าสนใจและเป็นสื่อการสอนที่เป็นประโยชน์สำหรับผู้ชม

2. หน่วยงานการศึกษาหรือผู้ที่สอนด้านการประกอบการสามารถทำการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาคุณลักษณะหรือพฤติกรรมความเป็นผู้ประกอบการที่จำเป็นในโลกยุคใหม่ ยกตัวอย่างเช่น การทำงานเป็นทีมที่สอดแทรกการเห็นคุณค่าและศรัทธาในศักยภาพของตนเอง ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่มีคุณภาพ

เอกสารอ้างอิง

- Ahmed, H., & Ghani, U. (2020). Need for Achievement as a Predictor of Entrepreneurial Behavior: The Mediating Role of Entrepreneurial Passion for Founding and Entrepreneurial Interest. *International Review of Management and Marketing*, 10(1), 40-53.
- Bellanca, J., & Brandt, R. (2010). *21st Century Skills: Rethinking How Students Learn*. Bloomington, IN: Solution Tree.
- Bird, B., & Schjoedt, L. (2009). Entrepreneurial Behavior: Its Nature, Scope, Recent Research, and Agenda for Future Research. *Understanding the Entrepreneurial Mind*, 327–358.
- Gartner, W. B., Carter, N. M., & Reynolds, P. D. (2010). Entrepreneurial Behavior: Firm Organizing Processes. *Handbook of Entrepreneurship Research*, 99–127.
- Gruber, M., & MacMillan, I. C. (2017). Entrepreneurial Behavior: A Reconceptualization and Extension Based on Identity Theory. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(3), 271–286.
- Kappel, M. (2016). *Exploring 9 Types of Entrepreneurial Behavior*. Retrieved August 8, 2022 from <https://www.forbes.com>
- Metallo, C., Agrifoglio, R., Briganti, P., Mercurio, L., & Ferrara, M. (2020). Entrepreneurial Behaviour and New Venture Creation: the Psychoanalytic Perspective. *Journal of Innovation & Knowledge*, 6(1), 35-42.
- Nyello, R., Kalufya, N., Rengua, C., Nsolezi, M.J., & Ngirwa, C. (2015). Effect of Entrepreneurship Education on the Entrepreneurial Behaviour: The Case of Graduates in the Higher Learning Institutions in Tanzania. *Asian Journal of Business Management*, 7(2), 37-42.
- Scherer, R. F., & Adams, J. S. (2007). Developing Entrepreneurial Behaviours: A Social Learning Theory Perspective. *Journal of Organizational Change Management*, 2(3), 16-27.
- Shaheen, N., & AL-Haddad, S. (2018), Entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial behavior. *International Journal of Development and Sustainability*, 7(10): 2385-2402.
- Sousa, L., Richter, B., & Nel, C. (2017). The effect of multimedia use on the teaching and learning of Social Sciences at tertiary level: a case study. *Yesterday and Today*, 17(1), 1-22.
- Sumrak, J. (2022). *The Importance of Teamwork in 2022*. Retrieved January 20, 2022 from <https://foundr.com/articles/leadership/teamwork>
- Wang, Y., Zhou, H., Zhang, Y., & Sun, X. (2022). Role of Entrepreneurial Behavior in Achieving Sustainable Digital Economy. *Frontiers in Public Health*, 10, 829289: 1-13.

คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลต่อการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อ
การศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2

The School Administrators' Trait in Thailand 4.0 Era that Affect Information Technology
Management for Education Subsidiary to The Office of
Maha Sarakham Primary Educational Service Area 2

จิตติพัฒน์ หิรัญนิธิธำรง, สมชัย พุทธา,
หมิงซุน เซีย, จำลอง นักพ็อน, จันตรี คุปตะวาทีน,
Thitiphath Hirannithithamrong, Somchai Phuttha,
Ming Hsun Hsieh, Jumlong Nugforn, Chantri Kuptavatin,

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาว่าคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 2) ศึกษาการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา และ 3) ศึกษาคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลต่อการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2 กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนจำนวน 317 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามของคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 มีความเชื่อมั่นเท่ากับ .94 และการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา มีความเชื่อมั่นเท่ากับ .95 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐาน ด้วยการใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า

- 1) คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด
- 2) การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด
- 3) คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลต่อการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2 คือด้านบุคลิกภาพ (X_2) ด้านวิสัยทัศน์ (X_1) และด้านความรู้ความสามารถ (X_4) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ประสิทธิภาพการทำงาน

ร้อยละ 52.50 โดยเขียนเป็นสมการพยากรณ์ ดังนี้

¹บทความนี้สรุปจากรายงานการวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลต่อการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2

²อาจารย์ประจำหลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ $\hat{Y}_{tot} = 1.574 + .180 (X_2) + .247 (X_1) + .221 (X_4)$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน $\hat{Z}_y = .239 (X_2) + .299 (X_1) + .255 (X_4)$

คำสำคัญ : คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0, การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา

ABSTRACT

The objectives of this research were to study 1) the level of school administrators' trait in the Thailand 4.0 Era, 2) the level of information technology management for education, and 3) the school administrators' trait in the Thailand 4.0 Era those effects on the informational technology management for education subsidiary to the Office of Maha Sarakham Primary Educational Service Area 2. The sample consisted of 317 school administrators and teachers. The tool used as a questionnaire of school administrators' trait in the Thailand 4.0 Era with 0.94, and information technology management for education with 0.95 reliability. For data analysis played on frequency, percentage, mean, standard deviation and hypothesis testing with stepwise multiple regression analysis.

The results found that,

1. the school administrators' trait of the Thailand 4.0 Era as a whole were the highest level,

2. the informational technology management for education as a whole was the highest level, too,

3. the school administrators' trait in the Thailand 4.0 Era that effects on the informational technology management for education subsidiary to the Office of Maha Sarakham Primary Educational Service Area 2 were personality (X_2), vision (X_1), and competence (X_4) with statistical significance as the 0.01 level, the predictive efficiency of 52.50% probability was written as the predicted equation as follows:

Predicted equation in raw score $\hat{Y}_{tot} = 1.574 + .180 (X_2) + .247 (X_1) + .221 (X_4)$

Standardization score equation
$$\hat{Z}_y = .239 (X_2) + .299 (X_1) + .255 (X_4)$$

Keywords : School administrators' trait in the Thailand 4.0 Era, Informational Technology Management for Education.

บทนำ

การปฏิรูปการศึกษาในศตวรรษที่ 21 พ.ศ. 2552 - 2561 ระบุถึงการศึกษากับการพัฒนาสังคมเป็นหลักที่สำคัญโดยรวมของความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นที่แตกต่างกัน ๑ ของการปฏิรูปการศึกษาที่มุ่งเน้น 4 มิติ ที่สำคัญได้แก่

1. การปฏิรูปนักเรียนยุคใหม่ 2. การปฏิรูปครูยุคใหม่ 3. การปฏิรูปโรงเรียนยุคใหม่หรือแหล่งเรียนรู้ยุคใหม่ และ 4. การปฏิรูประบบบริหารจัดการยุคใหม่ในทุกมิติ มีความสอดคล้องสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ เพื่อให้บรรลุผลของการปฏิรูปการศึกษาไทยในศตวรรษที่ 21 (สุรศักดิ์ ปาเฮ, 2556 : 1) การปฏิรูปเพื่อพัฒนาคุณภาพครูให้มีบทบาทในการเสริมสร้างให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ได้อย่างมีคุณภาพ (วัฒนชัย บุญสนอง, 2561 : 3) รัฐบาลได้กำหนดให้ประเทศไทยเข้าสู่ยุค 4.0 โดยเน้นการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ส่งเสริมให้เด็กใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาจากการปฏิรูป การศึกษาในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2559 - 2561) ด้านการปฏิรูป ICT เพื่อการศึกษาให้กับทุกโรงเรียน(กระทรวงศึกษาธิการ 2562 : 18) กำหนดนโยบายพัฒนาคุณภาพผู้เรียนให้มีทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 มีความเป็นเลิศด้านวิชาการ นำไปสู่การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน และพัฒนาผู้บริหารครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีสมรรถนะตามมาตรฐานวิชาชีพและให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีที่เข้ามา มีบทบาทสำคัญต่อการจัดการศึกษาทุกระดับชั้น

คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้บริหารโรงเรียนเป็นพฤติกรรมของผู้บริหารที่แสดงออกถึงการเป็นผู้มีวิสัยทัศน์กว้างไกลไวติดต่อข้อมูลข่าวสาร เชื่อมมั่นในตนเอง สร้างสรรค์นวัตกรรม มีทักษะเพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนคุณภาพการศึกษาไทย (กนกอร อุ่นสถานนท์, 2561: 98) เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของรัฐบาลที่นำพาประเทศเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 ดังกล่าว จึงต้องอาศัยผู้บริหารที่มีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ต้องอาศัยผู้บริหารสถานศึกษาที่มีคุณลักษณะที่ดี เพื่อให้การบริหารจัดการสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของสถานศึกษา ดังที่กระทรวงศึกษาธิการพัฒนาและส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษาตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 รัฐต้องส่งเสริมให้มีการวิจัยและพัฒนาการผลิตและการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา รวมทั้งติดตามและตรวจสอบและประเมินผลการใช้เทคโนโลยีทางการศึกษา สอดคล้องกับกรอบทิศทางการพัฒนาการศึกษาตามแผนการศึกษาแห่งชาติ (พ.ศ. 2545 –2559) และในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555 – 2559) ที่พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ทันสมัย ด้านการศึกษาให้มีความสามารถในการใช้ประโยชน์เพื่อรองรับการพัฒนาในระยะยาวสอดคล้องกับกระทรวงศึกษาธิการ (2559) ตามแผนพัฒนาการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564). ได้กำหนด ยุทธศาสตร์ที่

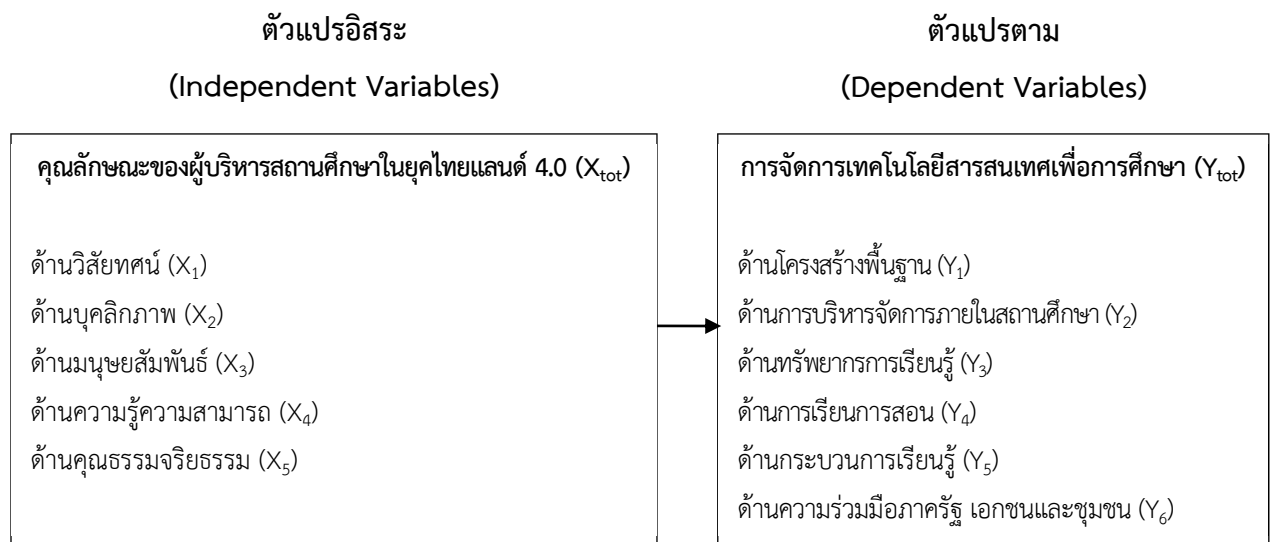
เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการใช้สื่อและเทคโนโลยี ส่งเสริมพัฒนาระบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการศึกษาที่ทันสมัย ไม่ซ้ำซ้อนได้อย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2 (แผนปฏิบัติการประจำปี 2564 : 19) พบประเด็นสำคัญของปัญหาที่มีผลต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษาและคุณภาพของสถานศึกษาด้วยกันหลายประการ เช่น ด้านเทคโนโลยีสื่อเทคโนโลยีกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของผู้เรียน เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้ครูบางคนปรับตัวไม่ทันต่อเทคโนโลยีขาดผู้เชี่ยวชาญในการนำมาประยุกต์ใช้และแก้ปัญหาที่เกิดจากเทคโนโลยี ขาดระบบการจัดการและควบคุมการใช้สื่อเทคโนโลยีและด้านการสนับสนุน

ขาดอุปกรณ์สนับสนุนในการจัดการเรียนการสอน เช่น ทีวี อินเทอร์เน็ต การจัดเก็บข้อมูลสารสนเทศ มีความซ้ำซ้อน การนิเทศ ติดตามและประเมินผลขาดความต่อเนื่องและทั่วถึง สอดคล้องกับวัฒนธรรม บัญสนอง (2561: 110) ได้ศึกษาเรื่อง บทบาทของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในการจัดการเรียนการสอนตามการรับรู้ของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชุมพร เขต 2 พบว่า ค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ ทั้ง 4 ด้าน สามารถพยากรณ์ได้ ร้อยละ 60 ผลการวิจัยออกมาเป็นเช่นนี้ อาจจะเป็นเพราะว่า บทบาทของผู้บริหารสถานศึกษาเป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุน ส่งเสริมให้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการเรียนการสอน ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านการสนับสนุนด้านทรัพยากร ด้านการนิเทศ กำกับ ติดตาม และด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการเรียนการสอน

อย่างไรก็ตามจากการศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้บริหารสถานศึกษาซึ่งเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกถึงวิสัยทัศน์กว้างไกลมีความเชื่อมั่นในตนเอง เป็นผู้ริเริ่มสร้างสรรค์นวัตกรรมและเป็นผู้ที่มีทักษะเพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนคุณภาพการศึกษาไทย เพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายของรัฐบาลที่นำพาประเทศเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0ต้องอาศัยผู้บริหารสถานศึกษาที่มีคุณลักษณะที่ดี ดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่อง คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลต่อการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2 โดยมุ่งศึกษาจากแนวคิดของยุกัล (Yukl, 1998: 145-154); ฮอดเกตต์ส (Hodgetts, 1999,: 256-258) และฮอยและมิสเกล (Hoy&Miskel,2001,:397-399)ซึ่งได้ตัวแปรอิสระที่จะศึกษาคั้งนี้คือ คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์4.0ที่มีความสอดคล้องกัน5 ด้านประกอบด้วย ด้านวิสัยทัศน์ (X_1) ด้านบุคลิกภาพ (X_2) ด้านมนุษยสัมพันธ์(X_3)ด้านความรู้ความสามารถ(X_4)ด้านคุณธรรมจริยธรรม (X_5) และตัวแปรตามคณะผู้วิจัยขอกกล่าวถึงเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศจากประกาศของกระทรวงศึกษาธิการ (2550) ว่าด้วย เรื่องนโยบายและมาตรฐานการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษา ณ วันที่ 1 พฤษภาคม พ.ศ. 2550 เกี่ยวกับมาตรฐานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษาสำหรับสถานศึกษาขั้นพื้นฐานของกระทรวงศึกษาธิการ6ประกอบด้วยด้านโครงสร้างพื้นฐาน(Y_1)ด้านการบริหารจัดการภายในสถานศึกษา (Y_2)ด้านทรัพยากรการเรียนรู้(Y_3)ด้านการเรียนการสอน(Y_4)ด้านกระบวนการเรียนรู้ (Y_5) ด้านความร่วมมือภาคีรัฐเอกชนและชุมชน(Y_6)และเพื่อให้ทราบว่ามีคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0

ด้านใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2 อันจะก่อประโยชน์การพัฒนาปรับปรุงการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาของผู้บริหารสถานศึกษาให้มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง คณะผู้วิจัยได้สังเคราะห์ พัฒนาและนำมาใช้ในการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยปรากฏภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วัตถุประสงค์

1 เพื่อศึกษาระดับคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2

2 เพื่อศึกษาระดับการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2

3 เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลต่อการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2

สมมติฐานของการวิจัย

คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 อย่างน้อยหนึ่งตัวแปรที่ส่งผลต่อการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรคือผู้บริหารและครูของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคามเขต 2 จำนวน 1,742 คน จากการเปิดตารางเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970: 608) โดยการเทียบสัดส่วนจำนวนผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple random sampling) ได้กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอน เป็นหน่วยวิเคราะห์ (unit analysis) จำนวนทั้งสิ้น

317

คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยพัฒนาขึ้น จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพผู้ตอบแบบสอบถามมีลักษณะแบบตัวเลือก(Check List) ที่กำหนดคำตอบไว้ ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ได้แก่ ด้านวิสัยทัศน์ (X_1) ด้านบุคลิกภาพ (X_2) ด้านมนุษยสัมพันธ์ (X_3) ด้านความรู้ความสามารถ (X_4) และด้านคุณธรรมจริยธรรม (X_5) และตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา ได้แก่ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Y_1) ด้านการบริหารจัดการภายในสถานศึกษา (Y_2) ด้านทรัพยากรการเรียนรู้(Y_3)ด้านการเรียนการสอน (Y_4) ด้านกระบวนการเรียนรู้ (Y_5) และด้านความร่วมมือภาครัฐ เอกชนและชุมชน (Y_6) เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนการประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ตามวิธีการของไลเคิร์ต (Likert's five rating scale) (Likert, 1967) โดยคุณภาพของเครื่องมือการตัดสินดัชนีความสอดคล้องพบว่าข้อคำถามitemในแบบสอบถามมีค่า(IOC)อยู่ระหว่าง 0.66 - 1.00 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ทุกข้อคำถาม คณะผู้วิจัยได้นำเครื่องมือไปทดสอบ(Tryout)จำนวน 30 ชุด โดยนำแบบสอบถามที่เก็บข้อมูลมาตรวจสอบคุณภาพ โดยวิธีวัดค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสถิติ Cronbach's alpha (Cronbach, 1951) โดยตัวแปรคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .94 และตัวแปรการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ.95จากนั้นคณะผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ค่าความถี่ค่าร้อยละค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2 พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย ด้านที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านคุณธรรมจริยธรรมอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านมนุษยสัมพันธ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านความรู้ความสามารถ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านบุคลิกภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด และน้อยสุดคือ ด้านวิสัยทัศน์ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 เพื่อศึกษาระดับการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย ด้านที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการเรียนการสอนอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านกระบวนการเรียนรู้ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการบริหารจัดการภายในสถานศึกษาอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านโครงสร้างพื้นฐาน อยู่ในระดับมาก ด้านทรัพยากรการเรียนรู้ อยู่ในระดับมากและน้อยสุดคือด้านความร่วมมือภาครัฐ เอกชนและชุมชน อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างศึกษาคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลต่อการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคามเขต 2 โดยใช้สถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (R) แสดงตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลความสัมพันธ์แบบ Pearson Correlation ของตัวแปรอิสระ

ตัวแปร	X ₍₁₎	X ₍₂₎	X ₍₃₎	X ₍₄₎	X ₍₅₎	Y _(tot)	Co linearity Tolerance	Statistics VIF
X ₁	-					.436**	.364	2.744
X ₂	.774**	-				.464**	.267	4.975
X ₃	.673**	.861**	-			.485**	.293	4.183
X ₄	.762**	.790**	.711**	-		.536**	.284	3.518
X ₅	.644**	.797**	.837**	.778**	-	.418**	.230	4.340
Y _(tot)	.669**	.672**	.573**	.661**	.586**	.701**		.

** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางที่ 1 ข้อมูลความสัมพันธ์แบบ Pearson Correlation ของตัวแปร อิสระผลการแสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ($r_{xy} = .701$) ซึ่งน้อยกว่า 0.80 ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านวิสัยทัศน์ (X₁) ด้านบุคลิกภาพ (X₂) ด้านมนุษยสัมพันธ์ (X₃) ด้านความรู้ความสามารถ (X₄) และด้านคุณธรรมจริยธรรม (X₅) แสดงว่า ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับปกติ จึงไม่ก่อให้เกิดปัญหาความสัมพันธ์เชิงเส้นระหว่างตัวแปรพยากรณ์ ตั้งแต่ 2 ตัวขึ้นไป และจากการทดสอบค่าความคลาดเคลื่อนของตัวแปรอิสระ(Tolerance) มีค่า Variance Inflation Factor (VIF) อยู่ในระดับที่เชื่อถือได้สูง ซึ่งสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ที่ตั้งไว้ คือ ค่า VIF ไม่เกิน 5.3 ทุกด้าน (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และคณะ, : 277) ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงสามารถใช้ตัวแปรอิสระเหล่านี้ในการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณในขั้นตอนต่อไป

3. ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 เพื่อศึกษาคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลต่อการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Multiple Regression Analysis) พิจารณาตามตัวแปรที่เข้าสมการคือ ด้านวิสัยทัศน์ (X₁) ด้านบุคลิกภาพ (X₂) ด้านมนุษยสัมพันธ์ (X₃) ด้านความรู้ความสามารถ (X₄) และด้านคุณธรรมจริยธรรม (X₅) โดยเลือกวิธี (Stepwise) เป็นวิธีเลือกตัวแปรอิสระเข้าสมการถดถอยแสดงตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 โดยภาพรวมที่ส่งผลต่อการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา (Y_{tot})

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
Regression	25.982	3	8.661	115.766	.000**
Residual	23.117	309	.075	-	-
Total	49.100	312	-	-	-

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R)	.727
ค่าประสิทธิภาพในการทำนาย (R Square)	.529
ค่าประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square)	.525
ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนาย (Standard Error)	.27352

ตัวแปรที่ได้รับคัดเลือกเข้าสมการ

ตัวแปรพยากรณ์	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients		Coefficients			
	b	Std. Error	Beta			
ค่าคงที่ (Constant)	1.574	.163	-		9.670	.000**
ด้านบุคลิกภาพ (X_2)	.180	.055	.239		3.302	.001**
ด้านวิสัยทัศน์ (X_1)	.247	.053	.299		4.634	.000**
ด้านความรู้ความสามารถ (X_4)	.221	.058	.255		3.822	.000**

** นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

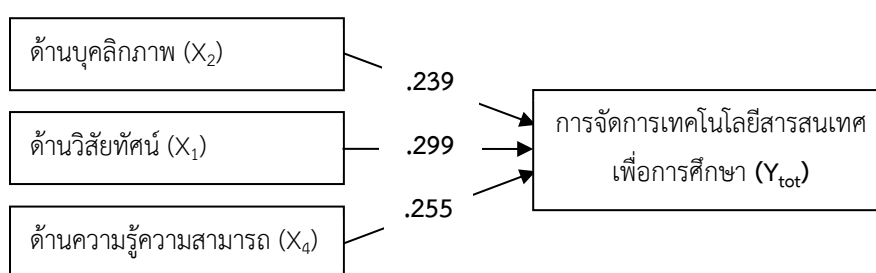
จากตารางที่ 2 ตัวแปรที่ได้รับคัดเลือกเข้าสมการคือ ด้านบุคลิกภาพ (X_2) ด้านวิสัยทัศน์ (X_1) และด้านความรู้ความสามารถ (X_4) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (Multiple R) เท่ากับ .727 ค่าประสิทธิภาพในการทำนาย (R Square) เท่ากับ .529 หมายความว่า คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ด้านบุคลิกภาพ (X_2) ด้านวิสัยทัศน์ (X_1) และด้านความรู้ความสามารถ (X_4) สามารถทำนายความแปรปรวนของการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา (Y_{tot}) ได้ร้อยละ 52.90 ค่าประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) เท่ากับ .525 และความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนาย (Standard Error) เท่ากับ .27352 ในลักษณะนี้แสดงให้เห็นว่า คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 มีเพียง 3 ด้านที่ส่งผลต่อการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา มหาสารคาม เขต 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเขียนเป็นสมการถดถอยในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

$$\text{สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบ} \quad \hat{Y}_{\text{tot}} = 1.574 + .180 (X_2) + .247 (X_1) + .221 (X_4)$$

บทสรุป

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณแบบขั้นตอน (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธี Stepwise จากสมมติฐานของการวิจัยที่ตั้งไว้คือ ปัจจัยของคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 อย่างน้อยหนึ่งตัวแปรที่ส่งผลต่อการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา

มหาสารคาม เขต 2 ปรากฏภาพที่ 2



ภาพที่ 2 คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลต่อการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อ การศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคามเขต 2

จากภาพที่ 2 พบว่า คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 มีเพียง 3 ด้านที่ส่งผลต่อการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา ได้แก่ ด้านบุคลิกภาพ (X_2) ด้านวิสัยทัศน์ (X_1) และด้านความรู้ความสามารถ (X_4) มีค่าสัมประสิทธิ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน .239, .299, .255 ตามลำดับ สามารถทำนายความแปรปรวนของการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา ได้ร้อยละ 52.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเขียนเป็นสมการถดถอยในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

$$\text{สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน} \quad \hat{Z}_y = .239 (X_2) + .299 (X_1) + .221 (X_4)$$

อภิปรายผล

จากการสรุปผลการวิจัยเรื่อง คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ที่ส่งผลต่อการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคามเขต 2 ที่แล้วนั้นผู้วิจัยจึงขออภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และ ดังนี้

1. คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคามเขต 2 โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารและครูของสถานศึกษาใช้

คุณธรรมจริยธรรมที่มีการเมตตากรุณาต่อผู้ร่วมงานและผู้อื่นมีความเสียสละเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตน ซึ่งสอดคล้องกับวิภาลัย วงษา (2563) ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้บริหารโรงเรียนในยุคไทยแลนด์ 4.0 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

2. การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารและครูของสถานศึกษามีทักษะด้านการเรียนการสอน ด้วยการส่งเสริมสนับสนุนให้ครูผู้สอนดำเนินงานตามมาตรฐานเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาการจัดการเรียนรู้ตามแผนที่กำหนดรูปแบบการเรียนรู้ด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่หลากหลายซึ่งสอดคล้องกับ จีรวุฒิ คล่องแคล่ว (2563) ได้ศึกษาเรื่อง สภาพและปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารงานในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 3 ตามความคิดเห็นของผู้บริหาร ครูธุรการและครูผู้รับผิดชอบงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่าโดยรวมอยู่ในระดับมาก

3. คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ด้านบุคลิกภาพ (X_2) ด้านวิสัยทัศน์ (X_1) และด้านความรู้ความสามารถ (X_4) สามารถร่วมกันทำนายความแปรปรวนของการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2 ได้ร้อยละ 52.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารและครูของสถานศึกษาเป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพดี วางตนเหมาะสมน่าเชื่อถือการกล้าคิด กล้าแสดงออกในทางสร้างสรรค์ มีความมุ่งมั่นกระตือรือร้นการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับทวีวรรณ สมาน (2564) ได้ศึกษาเรื่อง คุณลักษณะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของสถานศึกษา สังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่าด้านการให้คุณค่าต่อทรัพยากรมนุษย์ (X_4) ด้านการมีวิสัยทัศน์ (X_1) ด้านการมีพฤติกรรมเชิงรุก (X_5) ด้านความกล้าเสี่ยง (X_3) ด้านทักษะการสื่อสาร (X_2) สามารถร่วมกันทำนายความแปรปรวนของการบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของสถานศึกษา สังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี ได้ร้อยละ 67.90 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เช่นกัน

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2 สามารถนำผลการวิจัย คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคไทยแลนด์ 4.0 ไปใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการพัฒนา การตระหนักถึงความสำคัญพร้อมกับการปรับตัว เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 เนื่องจาก ผลการวิจัยพบว่า ด้านคุณธรรมจริยธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่และบทบาทของผู้บริหารสถานศึกษา ด้วยความซื่อสัตย์สุจริต การมีความยุติธรรมมีเหตุผลและวางตัวเป็นกลางอย่างสม่ำเสมอ มีความรักและห่วงใยผู้ร่วมงาน

ยึดระบบคุณธรรมในการบริหารงาน

2. สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2 ควรมีการจัดกิจกรรมอบรมผู้บริหารสถานศึกษาในการถ่ายทอดและพัฒนาความรู้ ความสามารถไปสู่ครูสอนและบุคลากรสถานศึกษา ผลการวิจัยพบว่ามีความเฉลี่ยต่ำสุดในด้านวิสัยทัศน์ คือ การมีมุมมองแห่งอนาคตสอดคล้องเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรมและค่านิยมของสถานศึกษาอย่างต่อเนื่อง โดยการกำหนดและปฏิบัติตามยุทธศาสตร์เช่นการมองการณ์ไกลและคาดคะเนแนวโน้มตามสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น การตระหนักถึงความสำคัญพร้อมกับการปรับตัว เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0 เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ปฏิบัติ

1. ผู้บริหารสถานศึกษาและควรมีการจัดกิจกรรมอบรมในการถ่ายทอดและพัฒนาความรู้ ความสามารถไปสู่ครูสอนและบุคลากรสถานศึกษา เช่น ควรมีการพัฒนาให้มีความสำคัญกับการบริหารงานแบบมีส่วนร่วมและเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารหรือร่วมกิจกรรมกับสถานศึกษาอื่น ๆ อย่างสม่ำเสมอ ควรมีการตระหนักถึงความสำคัญพร้อมกับการปรับตัว เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0

2. ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีการสร้างเสริมการ ด้านวิสัยทัศน์ การมีมุมมองแห่งอนาคตสอดคล้องเหมาะสมกับการมีสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและการมีค่านิยมของสถานศึกษาอย่างต่อเนื่องโดยการกำหนดและปฏิบัติตามยุทธศาสตร์ และมีการตระหนักถึงความสำคัญพร้อมกับการปรับตัว เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคไทยแลนด์ 4.0

ข้อเสนอแนะงานวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา ต้องมีบทบาทหน้าที่ ทำความรู้จักกับการเปลี่ยนแปลง ต้องสร้างและต้องเป็นตัวแทนการเปลี่ยนแปลง รวมทั้งต้องเป็นนักปฏิรูป นักคิดและนักพัฒนา เพื่อนำมากำหนดแนวทางสร้างเสริมให้คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษามีบทบาทหน้าที่ที่ประสิทธิภาพในการบริหารสถานศึกษาต่อไป

2. ควรมีการศึกษาปัญหาถึงสาเหตุของปัจจัยคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านมนุษยสัมพันธ์ และคุณธรรมจริยธรรม ที่ไม่ส่งผลต่อการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษา เพื่อนำมากำหนดแนวทางเสริมสร้างในการพัฒนาระบบการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาให้มีประสิทธิภาพต่อไป

3. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวแปรด้านคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาทั้งปัจจัยทางตรงและทางอ้อมที่ทำให้สามารถทำนายการจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาได้มากที่สุด

4. ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวแปรด้านการพัฒนาวิชาชีพผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนที่ส่งผลให้การจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการศึกษาดีขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กนกอร อุ่นสถานนท์. (2561). *คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 สู่การขับเคลื่อนคุณภาพการศึกษา*. การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ “GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2018. สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2565. สืบค้นจาก <http://journalgrad.ssru.ac.th/index.php/miniconference/article/view/1595>.

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2550). *ประกาศกระทรวงศึกษาธิการเรื่องนโยบายและมาตรฐานการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อการศึกษา*. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงศึกษาธิการ.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2562). *แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 ของกระทรวงศึกษาธิการ*. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2553). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553*. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2546). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545*. กรุงเทพมหานคร: องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.
- จิรวุฒิ คล่องแคล่ว (2563). *สภาพและปัญหาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการบริหารงานในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 3*. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, สกลนคร.
- ทวิวรรณ สมาน (2564) *คุณลักษณะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการบริหารเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารของสถานศึกษา สังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี*. *วารสารครุศาสตร์ปริทรรศน์*, 8(1). 167-178,
- ลัดดาวลัย เพชรโรจน์. (2547). *สถิติสำหรับการวิจัยและเทคนิคการใช้ SPSS (Statistics For Research and SPSS Application Techniques)*. ฉบับปรับปรุงครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร: เจริญดีมั่นคงการพิมพ์.
- วิภาลัย วงษา (2563) *คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้บริหารโรงเรียนในยุคไทยแลนด์ 4.0 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ*. *วารสารการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ*, 9 (33) 133-142,
- วัฒน์ชัย บุญสนอง. (2561). *บทบาทของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดการเรียนการสอนตามการรับรู้ของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชุมพร เขต 2*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี, สุราษฎร์ธานี.
- สุรศักดิ์ ปาเฮ. (2556). *ห้องเรียนกลับทาง : ห้องเรียนมิติใหม่ในศตวรรษที่ 21*. เอกสารประกอบการประชุมผู้บริหารโรงเรียน. แพร่, สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่เขต 2.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 2. (2564). *รายงานผลการปฏิบัติงานประจำปีการศึกษา 2564*. มหาสารคาม : มหาสารคาม การพิมพ์.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2551). *กรอบทิศทางพัฒนาการศึกษาในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) ที่สอดคล้องกับแผนการศึกษาแห่งชาติ (พ.ศ. 2545-2559) ฉบับสรุป*. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *แผนพัฒนาการศึกษาของสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564)*. กรุงเทพมหานคร:

- สำนักงานปลัดกระทรวง ศึกษาธิการ กระทรวงศึกษาธิการ.
สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2579*.
กรุงเทพมหานคร: พริกหวานกราฟฟิค.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests.
Psychometrika, 16, 297-334.
- Hodgetts ,R.M. (1999). *Modern Human Relationship to Working*. (7th ed.) New York : Dryden,
- Hoy, W.K. and Miskel, C.G. (2001). *Educational Administration, Theory, Research and Practices*.
6th Edition, Mcgraw Hall, New York,
- Krejcie, Robert V. and Daryle, W. Morgan, (1970). *Determining Size for Research Activities*.
Educational Psychological Measurement, 30(3), 608-A,
- Likert, Rensis. (1967). *The Method of Constructing and Attitude Scale*.
In Reading in Fishbeic, M (Ed.),
- Yukl, G.A. (1998). *Leadership in Organization*. (4th ed.) Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall,

**ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตราสินค้า ส่วนผสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อรถยนต์
ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ**

Relationship between brand value, marketing mix and decision to buy automobile of the
consumers in Samutprakan Province

ทรรศนะ บุญขวัญ¹ และธนะวีรรณ รำงใหญ่²

Thasana Boonkwan and Thanawan Rangyai

¹วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น 1110/5 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร
กรุงเทพมหานคร 10900 โทรฯ : 086-6688822 e-mail : drthasana@yahoo.com

²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2086 ถนนรามคำแหง หัวหมาก บางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240
โทรฯ : 087-3242882 e-mail : thanawan_yai@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาคุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคใน
จังหวัดสมุทรปราการ (2) ศึกษาส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคใน
จังหวัดสมุทรปราการ ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุดใช้
สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา และใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple
Regression Analysis) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยคุณค่าตราสินค้ามีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคใน
จังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ด้านการรู้จักตราสินค้าและด้านคุณภาพการรับรู้ และส่วนผสมทาง
การตลาดมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ด้าน
ผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการขาย

คำสำคัญ : คุณค่าตราสินค้า; ส่วนผสมทางการตลาด; การตัดสินใจซื้อ

Abstract

The objectives of this research are to (1) study the brand value has an effect on decision
to buy automobile of the consumers in Samutprakan Province. (2) study the marketing mix has an
effect on decision to buy automobile of the consumers in Samutprakan Province. This study is a
quantitative. The total sample size was 400 people. Data were collected by questionnaires. The
analyzed statistics were descriptive statistics and multiple regression analysis.

The study found that the brand value factors in terms of brand awareness and quality perceptions has positive affect and has direct relationship on decision to buy automobile of the consumers in Samutprakan Province. And the marketing mix of products prices and promotion has positive affect and has direct relationship on decision to buy automobile of the consumers in Samutprakan Province.

Keywords : brand value; marketing mix; decision making in buying

บทนำ

อุตสาหกรรมยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย และเป็นประเทศที่ถูกจับตามองในอุตสาหกรรมการผลิตยานยนต์โลก ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจโลกยังไม่ฟื้นตัว สำหรับประเทศไทยยังประสบปัญหาจากภัยธรรมชาติ และสภาวะเงินเฟ้อ เช่นกัน นอกจากนี้การเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์ของประเทศในภูมิภาคซึ่งส่งผลกระทบต่อการผลิตของไทย อุตสาหกรรมยานยนต์ไทยต้องปรับตัวเข้าสู่สภาวะการแข่งขันในระดับโลก ในด้านการเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของโลก นอกจากนี้ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับแนวโน้มของทางเทคโนโลยียานยนต์ในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การประหยัดพลังงาน มีมาตรฐานความปลอดภัย รวมถึงยานยนต์พลังงานไฟฟ้า เป็นต้น รถยนต์ใช้พลังงานไฟฟ้าก็มีแนวโน้มเติบโตอย่างมากเนื่องจากทางภาครัฐสนับสนุนให้มีการใช้รถยนต์ใช้พลังงานไฟฟ้ามากขึ้น ในขณะที่ผู้บริโภคชาวไทยมีความต้องการซื้อรถยนต์ที่หลากหลายมากขึ้นและมีพฤติกรรมการซื้อที่เปลี่ยนไปจากในอดีต โดยที่ผู้ซื้อรถยนต์จะใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อหาข้อมูล เช่น ยี่ห้อและรุ่นของรถยนต์ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการหาข้อมูล ได้แก่ เว็บไซต์ของผู้ผลิต และวิดีโอบนยูทูป ใช้ในการหาและรวบรวมข้อมูลรถยนต์ (ฐานเศรษฐกิจ, 2565) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Google (2565) กล่าวว่า ผู้บริโภคชาวไทยตัดสินใจซื้อรถยนต์โดยศึกษาข้อมูลจากเสิร์ชเอนจินและชมวิดีโอออนไลน์และจะพิจารณาแบรนด์ที่สนใจก่อน

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาตามที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตราสินค้า ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ โดยศึกษาว่าตัวแปรใดบ้างที่มีความสัมพันธ์และมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาคูณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 คุณค่าตราสินค้ามีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

แนวคิดทฤษฎีและทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า คุณค่าตราสินค้า (Brand Equity) หมายถึง คุณค่าที่มีอยู่ในตราสินค้าที่มีชื่อเสียง แสดงถึงการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ การจัดสรรพื้นที่ในการวางสินค้า คุณค่าที่รับรู้ คุณภาพที่รับรู้ของผู้บริโภค (Schiffman and Kanuk, 1994) ในขณะที่คุณค่าของตราสินค้านั้นมีองค์ประกอบ 5 อย่าง ได้แก่ การรู้จักตราสินค้า การเชื่อมโยงความคิดเกี่ยวกับตราสินค้า คุณภาพที่ถูกรับรู้ ความภักดีต่อตราสินค้าและทรัพย์สินประเภทอื่น ๆ (Aaker D.A., 1991) สอดคล้องกับงานวิจัยของ กรชนกดิษฐเลิศ (2560) พบว่า ตราสินค้าและคุณภาพของตราสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดซึ่งสามารถควบคุมได้ เครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด (คอตเลอร์ และ พิลลิป, 2546) ทั้งนี้ด้านราคาซึ่งเป็นตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ราคาของสินค้าหรืออัตราค่าบริการเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับตัวสินค้าหรือบริการและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งราคาเป็นส่วนประสมทางการตลาดและมีความแตกต่างจากส่วนประสมทางการตลาดในส่วนอื่น เนื่องมาจากราคาเป็นส่วนประสมทางการตลาดที่ก่อให้เกิดรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ แต่ส่วนประสมทางการตลาดด้านอื่นๆจะก่อให้เกิดต้นทุนของสินค้าหรือบริการ (Kotler, 1996) ตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด เป็นส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุพันธ์ ยาชมพู (2559) พบว่าด้านผลิตภัณฑ์และความเหมาะสมของราคาส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์เช่นเดียวกัน

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจ (Decision Making) เป็นกระบวนการในการเลือกที่จะกระทำการใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่างๆที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะต้องตัดสินใจในทางเลือกต่างๆ

ของสินค้าและบริการอยู่เสมอ โดยที่จะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์ การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายในจิตใจของผู้บริโภค สอดคล้องกับ Schiffman and Kanuk (1994) ได้กล่าวไว้ว่าการตัดสินใจซื้อนั้นเป็นหนึ่งในขั้นตอนการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์โดยผู้บริโภคจะมีทางเลือกสองทางขึ้นไป ในการตัดสินใจในแต่ละครั้งผู้บริโภคจะมีพฤติกรรมทางกายภาพและทางจิตใจเข้ามาเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อ ซึ่งพฤติกรรมทางด้านกายภาพและด้านจิตใจจะเกิดขึ้นในช่วงขณะหนึ่ง และสิ่งเหล่านั้นก็จะส่งผลทำให้เกิดการซื้อ รวมถึงพฤติกรรมซื้อผลิตภัณฑ์ตามบุคคลอื่นได้

วิธีการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่างๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้เครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นแบบสอบถาม

ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้า และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด

ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจซื้อ

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกประชากรในการศึกษาได้แก่ พื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเชิงปริมาณผู้วิจัยกำหนดประชากร คือประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการ และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรอาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการที่ต้องการซื้อรถยนต์ อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป สำหรับงานวิจัยครั้งนี้จำนวนตัวอย่างที่เก็บทั้งสิ้น 400 ตัวอย่าง ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และผู้วิจัยใช้ขนาดตัวอย่างที่เป็นสัดส่วน (Proportional to size) และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิโดยอาศัยสัดส่วนของศูนย์จำหน่ายและบริการรถยนต์ จำนวน 5 แห่ง ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยใช้กรอบขนาดตัวอย่างเป็นศูนย์จำหน่ายและบริการรถยนต์ จำนวน 20 ศูนย์ในจังหวัดสมุทรปราการ

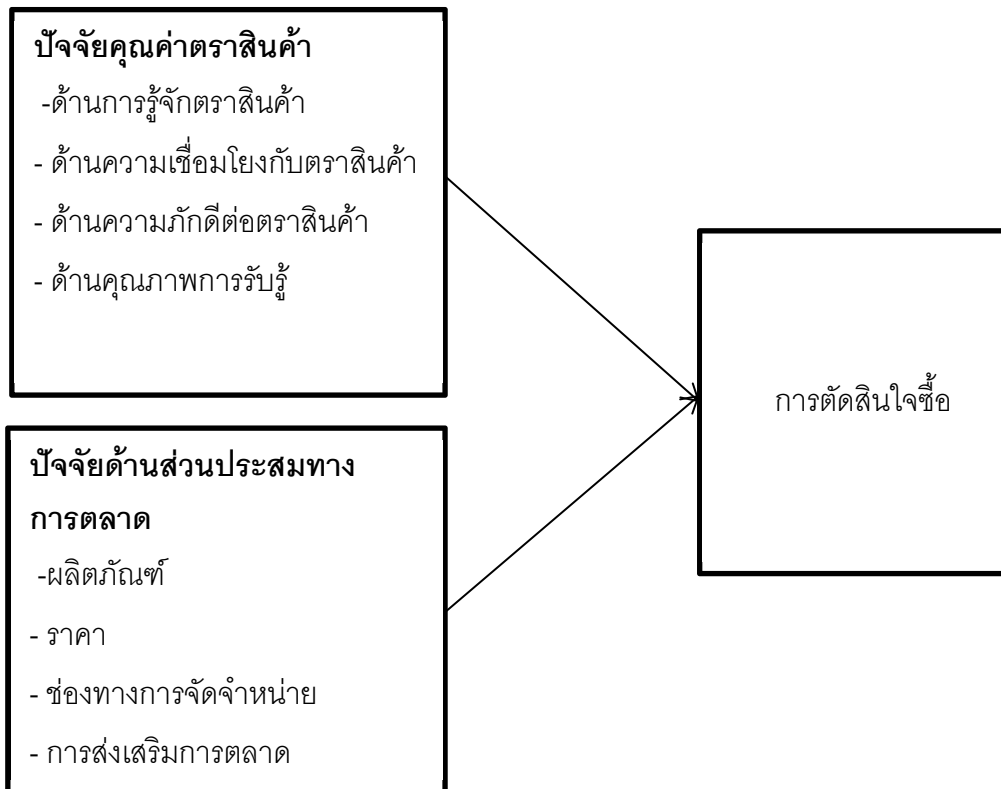
ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างที่เป็นสัดส่วนจากขั้นตอนที่ 1 ได้จำนวนศูนย์จำหน่ายและบริการรถยนต์ เท่ากับ 5 แห่ง

ขั้นตอนที่ 3 ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบง่าย โดยกำหนดขั้นตอนการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย สุ่มตัวอย่างจากกรอบตัวอย่างโดยใช้วิธีการจับสลากทำการเลือกตัวอย่างจนครบตามจำนวน 5 แห่งจากการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใส่คืน

ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย ตั้งแต่เดือนกันยายน 2564 – สิงหาคม 2565

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุดส่งให้แก่ผู้ประกอบการศูนย์จำหน่ายและบริการรถยนต์ในจังหวัดสมุทรปราการ จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้ทำการสุ่มตามสัดส่วนของศูนย์จำหน่ายและบริการรถยนต์ จำนวน 5 แห่ง วิธีการเก็บข้อมูลเก็บกับผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการที่ต้องการซื้อรถยนต์ อายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป และให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่สมบูรณ์จนครบ 400 ชุด ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจัด

หมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถามกำหนดรหัสพร้อมทั้งลงบันทึกข้อมูล และนำข้อมูลไปดำเนินการวิเคราะห์ทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณในครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การทดสอบทางสถิตินำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามมาประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ศึกษาคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ เพื่ออธิบายคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ต้องการซื้อรถยนต์ และใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่ออธิบายตัวแปรในการวิจัย ได้แก่ คุณค่าตราสินค้า ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสมุทรปราการที่ต้องการซื้อรถยนต์

ส่วนที่ 2 ศึกษาการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ของตัวแปร ได้แก่ คุณค่าตราสินค้า ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อ สถิติที่ใช้เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาข้อมูลคุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถาม และผลการศึกษาวเคราะห์ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

คุณลักษณะของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 64.0 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 42.1 ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 41.5 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.0

ผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีความคิดเห็นต่อคุณค่าตราสินค้าโดยภาพรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก โดยด้านคุณภาพการรับรู้มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.14 รองลงมาได้แก่ด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ด้านรู้จักตราสินค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 และด้านความภักดีต่อตราสินค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 ตามลำดับ ผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก โดยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากับ 4.32 รองลงมา ได้แก่ ด้านราคาเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 ด้านส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษากการทดสอบสมมติฐานของความสัมพันธ์ของตัวแปร

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 คุณค่าตราสินค้ามีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิเคราะห์เชิงพหุคูณของตัวแปรคุณค่าตราสินค้ามีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
ค่าคงที่	1.616	0.530			3.039**	0.000
ด้านรู้จักตราสินค้า	0.192	0.070	0.132		2.735**	0.006
ด้านความเชื่อมโยงกับตราสินค้า	0.051	0.082	0.034		0.642	0.529
ด้านความภักดีต่อตราสินค้า	0.028	0.070	0.017		0.362	0.603
ด้านคุณภาพการรับรู้	0.335	0.081	0.201		4.018**	0.002

หมายเหตุ **นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 *นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลการวิจัยข้อสมมติฐานที่ 1 ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้ สมมติฐานที่ 1 คุณค่าตราสินค้ามีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ ทั้งนี้ พบว่า ตัวแปรด้านรู้จักตราสินค้ามีผลในทิศทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.006 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการเท่ากับ 0.132 และพบว่า ตัวแปรด้านคุณภาพการรับรู้มีผลในทิศทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ โดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.002 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ เท่ากับ 0.201

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

ผลการวิเคราะห์เชิงพหุคูณของตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients		Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
ค่าคงที่	1.756	0.613			2.863*	0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.192	0.096	0.124		2.018*	0.042
ด้านราคา	0.207	0.102	0.108		1.862*	0.039
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.121	0.103	0.066		1.147	0.259
ด้านส่งเสริมการตลาด	0.024	0.107	0.132		0.208*	0.026

หมายเหตุ **นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 *นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลการวิจัยข้อสมมติฐานที่ 2 ยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้
 สมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ ทั้งนี้พบว่า ตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์มีผลในทิศทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการโดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.042 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการเท่ากับ 0.124
 ทั้งนี้ยังพบว่า ตัวแปรด้านราคา มีผลในทิศทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการโดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.039 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการเท่ากับ 0.108 และจากการวิจัยยังพบว่า ด้านส่งเสริมการตลาดมีผลในทิศทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการโดยมีค่า Sig. เท่ากับ 0.026 มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการเท่ากับ 0.132

อภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 คุณค่าตราสินค้ามีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

ตัวแปรของคุณค่าตราสินค้าที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ด้านรู้จักตราสินค้ามีผลในทิศทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

และมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการเท่ากับ 0.132 และพบว่า ด้านคุณภาพการรับรู้มีผลในทิศทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ และมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ เท่ากับ 0.201 แสดงว่าเมื่อผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการได้รับรู้จักตราสินค้าสูงขึ้นไปจะส่งผลทำให้มีการตัดสินใจซื้อมากยิ่งขึ้นด้วย ทั้งในด้านการรู้จักตราสินค้า การจดจำรูปลักษณะของรถยนต์ได้เป็นอย่างดี สามารถจดจำตราสัญลักษณ์ รู้สึกคุ้นเคยกับตราสัญลักษณ์รถยนต์ได้ และเลือกซื้อโดยคำนึงถึงตราสัญลักษณ์ของรถยนต์ นอกจากนี้ด้านคุณภาพการรับรู้มีผลในทิศทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ และมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ แสดงให้เห็นว่าเมื่อคุณภาพการรับรู้สูงขึ้นจะส่งผลทำให้มีการตัดสินใจซื้อมากยิ่งขึ้นด้วย คุณภาพการรับรู้รู้สึกได้ถึงความปลอดภัยเมื่อได้ขับขี่ยานยนต์ รู้สึกได้ถึงสมรรถนะเมื่อได้ขับขี่ยานยนต์และเป็นเจ้าของ รู้สึกได้ถึงกาให้บริการของพนักงานที่มีความรู้และประสบการณ์ไว้คอยให้บริการ รู้สึกได้ถึงกาให้บริการหลังการขาย เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปุณยอนุช รัตนสุดใส (2557) พบว่า ลูกค้าน่าตัดสินใจซื้อรถยนต์โดยให้ความสำคัญกับคุณค่าตราสินค้า และด้านคุณภาพการรับรู้ เป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรชนก ดิษฐเล็ก (2560) พบว่าตราสินค้าและคุณภาพของตราสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์

สมมติฐานที่ 2 ส่วนประสมทางการตลาดมีผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ

ตัวแปรของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์มีผลในทิศทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ และมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ เท่ากับ 0.124 ทั้งนี้ยังพบว่า ตัวแปรด้านราคามีผลในทิศทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ และมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ เท่ากับ 0.108 และตัวแปรด้านส่งเสริมการตลาดมีผลในทิศทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ และมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการเท่ากับ 0.132 แสดงให้เห็นว่าเมื่อผลิตภัณฑ์สูงขึ้นจะส่งผลทำให้ผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการมีการตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ควรให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์โดยมีการออกแบบรูปลักษณะภายในและภายนอกที่ทันสมัย ขนาดของเครื่องยนต์สมรรถนะเหมาะกับการใช้งานมีห้องโดยสารและจำนวนที่นั่งเหมาะสม ประหยัดน้ำมัน มีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกมีครบครัน และมีระบบรักษาความปลอดภัยที่มีมาตรฐาน ในขณะที่ด้านราคา มีผลในทิศทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการและมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ แสดงว่าเรื่องราคาเหมาะสมกับรูปลักษณะภายในและภายนอก ราคาเหมาะสมกับสมรรถนะของรถยนต์ ตัวเงินที่จ่ายคุ้มค่างับสิ่งที่ได้กลับคืน

ควรมีหลายตัวเลือกให้เปรียบเทียบราคา ระยะเวลาในการชำระค่าสินค้ามีหลากหลายรูปแบบรวมถึงมีสถาบันการเงินที่หลากหลายให้ผู้บริโภคได้เลือก และอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม มีผลทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้น และเมื่อมีการส่งเสริมการตลาดสูงขึ้นจะส่งผลทำให้ผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการมีการตัดสินใจซื้อเพิ่มขึ้นตาม สอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา จันทรีดี และสุพรรณษา พ่วงทอง (2562) พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสอง โดยลูกค้าจะตัดสินใจซื้อรถยนต์พิจารณาจากผลิตภัณฑ์ในด้านการออกแบบรูปลักษณ์ภายในและภายนอกที่ทันสมัยรวมถึงการประหยัดน้ำมัน และลูกค้ายังให้ความสำคัญต่อด้านราคา ในด้านราคาเหมาะกับสมรรถนะของรถยนต์ และอัตราดอกเบี้ย ทั้งนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จารุพันธ์ ยาชมพู่ (2559) พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์และความเหมาะสมของราคาส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ และปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์เช่นเดียวกัน

บทสรุปและข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการศูนย์จำหน่ายและบริการรถยนต์

การนำผลการวิจัยที่ค้นพบจากการศึกษาสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดหรือนำไปวางแผนในธุรกิจ จากงานวิจัยในครั้งนี้ได้ค้นพบความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตราสินค้า ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการมีความสัมพันธ์กัน แสดงให้เห็นว่าการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคจะต้องมีปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ ซึ่งจากงานวิจัยครั้งนี้ พบว่า คุณค่าตราสินค้า ผู้ประกอบการศูนย์จำหน่ายและบริการรถยนต์ควรให้ความสำคัญกับด้านรู้จักตราสินค้าเป็นลำดับแรก ผู้ประกอบการศูนย์จำหน่ายและบริการรถยนต์ควรใช้วิธีการส่งเสริมการตลาด เช่นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถได้จดจำตราสินค้าและรู้สึกคุ้นเคยกับตราสินค้า เพื่อให้ผู้บริโภคได้เข้าถึงตราสินค้าซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค นอกจากนี้ ปัจจัยคุณค่าตราสินค้าด้านคุณภาพการรับรู้ ถือได้ว่ามีความสำคัญเช่นเดียวกันที่ผู้ประกอบการศูนย์จำหน่ายและบริการรถยนต์ควรมุ่งเน้นเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับประโยชน์สูงสุด เช่น การเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพและได้รับมาตรฐานเพื่อให้เป็นที่ไว้วางใจแก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ต้องมีการอบรมพนักงานขายให้มีความรู้ในรายละเอียดและคุณสมบัติของรถยนต์ มีประประสิทธิภาพการบริการซึ่งจะได้ตอบข้อซักถามของผู้บริโภคได้อย่างถูกต้อง เป็นต้น

นอกจากนี้ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ผู้ประกอบการศูนย์จำหน่ายและบริการรถยนต์ควรให้ความสำคัญต่อด้านผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนาการออกแบบด้านรูปลักษณ์ใหม่ๆ มีสมรรถนะที่ดี ประหยัดน้ำมัน วัสดุที่มีคุณภาพ ตอบสนองให้ตรงต่อความต้องการที่ของผู้บริโภค และให้ความสำคัญต่อด้านราคา เช่น กำหนดราคาให้เหมาะสมกับสมรรถนะของรถยนต์ มีสถาบันการเงินที่หลากหลายและมีอัตราดอกเบี้ยที่เหมาะสม รวมถึงระยะเวลาในการชำระค่าสินค้ามีหลายรูปแบบให้ผู้บริโภคได้เลือก เป็นต้น

สุดท้ายควรให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการตลาด โดยการส่งเสริมการขายจัดโปรโมชั่นให้มีความหลากหลายตรงกับความต้องการของผู้บริโภค มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อให้หลายช่องทาง เช่น เว็บไซต์ และวิดีโอบนยูทูป เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้ซื้อรถยนต์ในปัจจุบันที่นิยมหาข้อมูลเบื้องต้นจากทางเว็บไซต์ และวิดีโอบนยูทูปก่อนการตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ควรมีบริการหลังการขายที่ดีให้กับผู้บริโภค เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าตราสินค้า ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคในจังหวัดสมุทรปราการ ซึ่งเป็นการศึกษาและได้จำกัดเฉพาะผู้บริโภคที่อาศัยในจังหวัดสมุทรปราการเท่านั้น ดังนั้นการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในพื้นที่จังหวัดอื่น เพื่อให้ได้รับรู้ถึงปัจจัยใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์

เอกสารอ้างอิง

- กรชนก ดิษฐเล็ก. (2560). การตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์บิ๊กไบค์ในจังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ.
- กาญจนา จันทรีดี และสุพรรณษา พ่วงทอง. (2562). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์มือสองในจังหวัดปทุมธานี. การนำเสนอผลงานการวิจัยและวิชาการนวัตกรรมธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการประจำปี พ.ศ 2562 วันที่ 10 พฤษภาคม 2562 ณ มหาวิทยาลัยรังสิต, ปทุมธานี.
- จารุพันธ์ ยาขมพู. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ ขนาดไม่เกิน 1500 ซีซี. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- บุญยงช รัตนสุดใส. (2557). คุณค่าตราสินค้าของรถยนต์ยี่ห้อฟอร์ดในมุมมองของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Aaker, D. A. (1991). Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name. New York, NY: Free Press.
- Keller (1996). Integrated Marketing Communications and Brand Equity, in Integrated Marketing Communications, eds. Jeri Moore and Esther Thorson, Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 103-132.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). Consumer behavior. (5th ed.). Englewood Cliffs, N. J. : Prentice-Hall.

การบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรับร้อ
อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร

ECONMIC ADMINISTRATION OF GOVERNMENT OF GENERAL PRAYUT CHAN-OCHA
: A STUDY OF RAB RO SUBDISTRICT, THA SAE DISTRICT, CHUMPHON PROVINCE

ทัตดาว ฝุ่นตะคุ¹ และ อ่างศักดิ์ เพชรเลิศอนันต์²

¹รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการเมืองการปกครอง คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต,

thatdao.f60@rsu.ac.th

²คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต, thamrongsak.p@rsu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “การบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา (1) เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพรและ (2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร โดยการวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการเชิงสำรวจ (Survey Research) จากแบบสอบถาม โดยมีประชากรกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดจำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่า ทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร ด้านเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ภาพรวมอยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.32$) ด้านการช่วยเหลือจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.33$) ด้านรายได้ของครัวเรือน อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.35$)

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนในตำบลรับร้อ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร ที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ทัศนคติ, เศรษฐกิจ, รัฐบาล, พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา, ตำบลรับร้อ

Abstract

The objectives of this study were (1) to investigate people's attitudes toward the economic administration of the government of General Prayut Chan-ocha: a case study of Rubror Sub-district, Tha Sae District, Chumphon Province; and (2) to investigate a comparative study of people's attitudes toward the economic administration of the government of General Prayut Chan-ocha: a case study of Rubror Sub-district, Tha Sae District, Chumphon Province. This study is quantitative, using a questionnaire survey approach with a total sample population of 400 respondents.

The findings revealed that people's attitudes towards economic administration of the government of General Prayut Chan-ocha: a case study of Rubror Sub-district, Tha Sae District, Chumphon Province on the improvement of the nation's economic potential were generally modest ($x=3.32$). Due to the COVID-2019 outbreak, it had reached a moderate level ($x=3.33$) in the aspect of assistance. It was at a modest level ($x=3.35$) in terms of family income.

Based on the testing of hypotheses, it was determined that people in Rubror Sub-district, Tha Sae District, Chumphon Province with various gender, age, education level, occupation, and monthly income had attitudes regarding the economic administration of the government of General Prayut Chan-ocha that were significantly different at the 0.05 level.

Keywords: Attitude, Economy, Government, General Prayut Chan-ocha, Rubror

1. บทนำ

รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นับตั้งแต่กลางเดือนมิถุนายน พ.ศ.2562 กล่าวได้ว่าเป็นรัฐบาลที่สืบทอดอำนาจการรัฐประหารของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) เมื่อพฤษภาคม พ.ศ.2557 ซึ่งได้บริหารประเทศในแบบรัฐบาลเผด็จการทหารเป็นเวลานานมาแล้วถึงห้าปีกว่า แม้ว่าพลเอกประยุทธ์จะได้กลับมาเป็นนายกรัฐมนตรีอีกสมัยภายใต้รัฐธรรมนูญฉบับปี พ.ศ.2560 ที่ออกแบบให้ผู้นำทหาร คสช. ยังคงสามารถครองอำนาจจัดตั้งรัฐบาลได้ ผ่านการออกแบบรัฐสภาให้มีสมาชิกวุฒิสภา 250 คน ที่สามารถร่วมลงคะแนนในที่ประชุมรัฐสภาเลือกนายกรัฐมนตรีได้ร่วมกับสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อนในหน้าประวัติศาสตร์ไทย รวมทั้งยังมีการสร้างพรรคการเมืองที่เป็นของคณะรัฐประหารคือ

พรรคพลังประชาชนรัฐ เพื่อแสวงหาสมาชิกสภาทั้งจาก ส.ส. เขต และ ส.ส. บัญชีรายชื่อ ที่มีจำนวน ส.ส. รวมกันทั้งหมด 500 คน (เจตริน เขยประเสริฐ, 2562)

รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ทั้งสองสมัยมีความแตกต่างกันอย่างเด่นชัด โดยรัฐบาลพลเอกประยุทธ์สมัยแรก (พ.ศ. 2557-2562) เป็นรัฐบาลเผด็จการทหารแบบเบ็ดเสร็จ มีอำนาจเด็ดขาดตามมาตรา 44 ในรัฐธรรมนูญที่เกิดจากการรัฐประหาร พ.ศ. 2557 โดยแทบไม่มีกลไกการตรวจสอบและถ่วงดุลการดำเนินงานของรัฐบาลทหารนี้ เพราะถูกกลไกรัฐบาลทหารควบคุมและจำกัดการเคลื่อนไหวของฝ่ายประชาชนและพรรคการเมืองต่างๆ สถานิติบัญญัติที่นั่นก็เป็นเครือข่ายสมาชิกคณะรัฐประหารโดยเฉพาะอย่างยิ่งข้าราชการทหารประจำการ และเน้นบทบาทการเป็น “รับเบอร์ แสตมป์” (rubber stamp) กล่าวคือเป็นเสมือนตราประทับรับรองเพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับรัฐบาลทหารทางด้านกฎหมาย ส่วนรัฐบาลพลเอกประยุทธ์สมัยที่สองนับแต่มีถือนายก พ.ศ. 2562 หลังการเลือกตั้งทั่วไป เป็นช่วงที่มีพรรคการเมืองอื่นเข้าร่วมจัดตั้งรัฐบาล เช่น พรรคภูมิใจไทย พรรคประชาธิปัตย์ ที่มีการต่อรองด้านนโยบายและแบ่งอำนาจการดำเนินงานในกระทรวงด้านต่างๆ ขณะเดียวกันก็มีพรรคการเมืองฝ่ายค้านที่คอยตรวจสอบอย่างเข้มข้นในการดำเนินงานและการใช้งบประมาณของรัฐบาลต่างๆ ด้าน เช่น พรรคเพื่อไทย พรรคอนาคตใหม่หรือต่อมาคือพรรคก้าวไกล ตลอดทั้งการตรวจสอบการดำเนินนโยบายนอกระบบสภาโดยกลไกของประชาชนและสื่อประเภทต่างๆ ทำให้การดำเนินนโยบายด้านต่างๆ ของรัฐบาลไม่เพียงถูกตรวจสอบอย่างเข้มข้น แต่ก็บีบบังคับให้มีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานของรัฐบาลบางด้านอยู่ตลอดเวลา

สังคมไทยในปัจจุบันมีประชากรอยู่กว่า 66 ล้านคน (มกราคม พ.ศ. 2565) ประเมินว่าครึ่งหนึ่งของประชากรอยู่ในเขตเมือง และอีกราวครึ่งหนึ่งอยู่ในเขตชนบทและภาคเกษตร ดังนั้น การบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลจึงต้องมีความหลากหลายและตอบสนองประชาชนทุกกลุ่มอาชีพและทุกพื้นที่ที่มีความสามารถในการบริหารงานด้านเศรษฐกิจให้มีความเจริญเติบโตและประชาชนมีความมั่งคั่ง มีรายได้เพิ่มขึ้น มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดี ย่อมสร้างคะแนนนิยมต่อรัฐบาลทั้งต่อปัจจุบันและต่อการเลือกตั้งเพื่อชัยชนะในครั้งถัดไป ดังนั้น การที่พลเอกประยุทธ์ได้บริหารและเป็นผู้นำประเทศสมัยที่สองมาได้เป็นระยะเวลาสามปีแล้ว ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลชุดนี้

จากการสำรวจงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีงานศึกษาในแนวทางดังกล่าวอยู่บ้าง โดยศึกษาในเขตเทศบาลนครระยอง ของวลัยพรรณ พรวงศ์เลิศ (2562) ศึกษาในเขตเทศบาลเมืองสระบุรีของวรุพพิทพิสัย สุทธิประเสริฐ (2563) และศึกษาในเขตเทศบาลตำบลโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี ของเบญจพร ตริกุล (2565) ทั้งสามงานศึกษาข้างต้นกล่าวได้ว่าเป็นพื้นที่ของประชากรเขตเมือง ทว่ายังไม่มีการศึกษาในเขตชนบทและ

ประชากรมีอาชีพด้านภาคเกษตรจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงเลือกพื้นที่ตำบลรับร่อ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร เป็นพื้นที่ทำการศึกษา

ตำบลรับร่อ เป็นตำบลหนึ่งของอำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคใต้ตอนบนของประเทศไทย ที่มีจำนวนประชากรค่อนข้างมากถึง 13,077 คน มีจำนวนครัวเรือน 4,545 ครัวเรือน สภาพเศรษฐกิจโดยรวมของตำบลรับร่อ มีภาคการเกษตร เป็นสิ่งที่ทำรายได้ให้แก่จังหวัดชุมพรมากที่สุด รองลงมาคือภาคการค้าปลีกค้าส่ง และสุดท้ายคือภาคอุตสาหกรรม ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลัก โดยเฉพาะปลูกพืชเศรษฐกิจ คือ กาแฟ ปาล์มน้ำมัน ยางพารา และทุเรียน เป็นต้น รายได้เฉลี่ยของประชากร (ตามเกณฑ์ จปฐ ปี 64) 110,744.12 บาท/คน/ปี ตำบลรับร่อมีจุดแข็งด้านศักยภาพความสามารถหรือข้อเด่นของตำบลเมื่อเทียบกับตำบลอื่น คือ ตำบลรับร่อ มีเนื้อที่ 368.39 ตารางกิโลเมตร ควบคุม 23 หมู่บ้านสามารถดูแลได้ทั่วถึง และมีข้อได้เปรียบทางด้านภูมิศาสตร์ เนื่องจากเป็นจุดเชื่อมโยงทางคมนาคม ของภาคใต้และเขตชายแดน มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวก ขนถ่ายพืชผลทางการเกษตร และเส้นทางคมนาคมเชื่อมต่อไปยังตำบลอื่นที่ใกล้เคียง มีทรัพยากรที่เอื้อต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากมีพื้นที่ติดชายแดนเชื่อมโยงไปยังฝั่งชายแดนประเทศเมียนมาร์ (คณะกรรมการบริหารงานตำบล แบบบูรณาการตำบลรับร่อ, 2563)

จากการเน้นเรื่องนโยบายด้านเศรษฐกิจรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ที่ช่วยสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจพร้อมกับการรักษาเสถียรภาพของราคาพืชผลทางเศรษฐกิจอย่างเหมาะสม (วรุฬห์ทิพย์ สุทธิประเสริฐ, 2563) และตำบลรับร่อก็เป็นตำบลหนึ่งที่ประชาชนทำอาชีพเกี่ยวกับพืชเกษตรเป็นหลัก ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรับร่อ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร เพื่ออยากจะทราบว่าบทบาทรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชามีความสำคัญต่อการเจริญเติบโตและวิถีชีวิตทางเศรษฐกิจ ของประชาชนในตำบลรับร่ออย่างไร ประชาชนจะมีทัศนคติต่อรัฐบาลรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ในการดำเนินงานด้านเศรษฐกิจอย่างไร จากการบริหารงานของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา มีบทบาทการบริหารงานในด้านเศรษฐกิจเป็นอย่างไร ประชาชนในตำบลรับร่อ มีความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีอย่างไรในการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา เศรษฐกิจในตำบลดีขึ้นหรือไม่อย่างไร และจากการบริหารด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ส่งผลให้ประชาชนเกิดทัศนคติอย่างไรต่อการบริหารด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ซึ่งงานศึกษาที่เคยมีมา ยังไม่มีการเจาะเฉพาะคนในชนบทหรือระดับตำบล

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรับร่อ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรับร่อ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร

3. ระเบียบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรับร่อ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร” เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) จากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย

3.1.1 ประชากร (Population) ได้แก่ผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั้งหมดในตำบลรับร่อ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร จำนวน 11,236 คน (ตำบลรับร่อ, 2564)

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) และวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง (Sampling) ดังนี้

(1) ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Sample Size) กลุ่มตัวอย่างได้จากผู้มีสิทธิเลือกตั้งในตำบลรับร่อ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร จำนวน 11,236 คน ที่ได้จากสูตรของ Taro Yamane ซึ่งใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 0.05 ดังนี้

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

เมื่อ n แทนขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทนขนาดประชากร 11,236 คน

e แทนความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้

เมื่อแทนค่าในสูตรจะได้กลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$\frac{11236}{1 + 11236 x(0.05)^2}$$

$$= 386.65$$

จากการคำนวณตามสูตร Taro Yamane กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยคือ 386.65คน ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 400 คน เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการอนุมานผลทางสถิติ

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือสำหรับการศึกษาค้นคว้าเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ ได้แก่ เครื่องมือแบบสอบถาม โดยการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีวิธีการดังนี้

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วทำการสร้างข้อคำถามให้เหมาะสมและสอดคล้องกัน โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ (ต่อเดือน)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาล พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลลับรือ อำเภอท่าแพะ จังหวัดชุมพร โดยแบ่งออก 3 ด้าน คือ 1. ด้านเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ 2. ด้านการช่วยเหลือจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 3. ด้านรายได้ของครัวเรือน โดยมีระดับความคิดเห็นแยกเป็นระดับ ดังนี้

มากที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ	5 คะแนน
มาก	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ	4 คะแนน
ปานกลาง	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ	3 คะแนน
น้อย	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ	2 คะแนน
น้อยที่สุด	กำหนดให้มีค่าเท่ากับ	1 คะแนน

การแปลความหมายคะแนนเฉลี่ยที่ให้ระดับความสำคัญ เป็น 5 ระดับ คือ

ค่าเฉลี่ย 4.21 –5.00 หมายถึง เกณฑ์ความเห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 –4.20	หมายถึง	เกณฑ์ความเห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 –3.40	หมายถึง	เกณฑ์ความเห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 –2.60	หมายถึง	เกณฑ์ความเห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 –1.80	หมายถึง	เกณฑ์ความเห็นด้วยน้อยที่สุด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังต่อไปนี้

(1) ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการนำแบบสอบถามไปให้ประชาชนในตำบลรับ ร้อ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดชุมพร จำนวน 400 ชุด โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในภาคสนาม ด้วยตนเองระหว่างวันที่ 29 พฤษภาคม –15 มิถุนายน 2565

(2) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม นำมาตรวจสอบจำนวน ความถูกต้อง และความสมบูรณ์ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ต่อไป

3.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่

3.4.1 อธิบายลักษณะข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage)

3.4.2 อธิบายระดับทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา :ศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดชุมพรโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) คือค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3.4.3 ทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) คือ One-Way ANOVA (F-test) ในการวิเคราะห์ความแตกต่างด้านข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ (ต่อเดือน) พร้อมทั้งทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี Least Significant Difference (LSD) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา :
ศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร มีดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 400 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งจำแนกรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

ด้านเพศ : เพศชายจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2 รองลงมาคือเพศหญิงจำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 และเป็นเพศทางเลือก 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5

ด้านอายุ : อายุระหว่าง 43-57 ปี จำนวน 159 คน คิดเป็น ร้อยละ 39.7 รองลงมาคืออายุระหว่าง 26 - 42 ปี จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.7 อายุระหว่าง 18-25 ปี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 และอายุ 58 ปีขึ้นไป จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3

ด้านการศึกษา : การศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลายมปวช. มากที่สุด จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.5 ประถมศึกษา จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และอนุปริญญา,ปวส. จำนวน 27คน คิดเป็นร้อยละ 6.8

ด้านอาชีพ : เกษตรกร จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมาคือรับจ้างทั่วไป/ผู้ใช้แรงงาน จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.3 เจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2 ข้าราชการ/พนักงานรัฐ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 พนักงานเอกชน จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.0 และพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0

ด้านรายได้ (ต่อเดือน) : รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 - 15,000 บาท จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20,001 - 25,000 บาท จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 25,001 - 30,000 บาท จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 5,001 - 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 3.8 ไม่มีรายได้ จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2

4.2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของ รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร รวมทุกด้าน

การบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร	\bar{X}	S.D.	ระดับ	อันดับ
ด้านเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ	3.32	1.465	ปานกลาง	3
ด้านการช่วยเหลือจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019	3.33	1.490	ปานกลาง	2
ด้านรายได้ของครัวเรือน	3.35	1.473	ปานกลาง	1
รวม	3.33	1.457	ปานกลาง	

สรุปผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของ
รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างของประชาชนในตำบลรับร้อมีระดับทัศนคติต่อการบริหารงาน
ด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร
โดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.33$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ในด้านรายได้ของ
ครัวเรือนอยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.35$) รองลงมาคือ ด้านการช่วยเหลือจากการแพร่ระบาดของ
โรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.33$) และในด้านเพิ่มศักยภาพทาง
เศรษฐกิจของประเทศอยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.32$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติของประชาชนต่อ
การบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง
จังหวัดชุมพร ด้านเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ

การบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรั้ว อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร ด้านเพิ่ม ศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	อันดับ
ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ทำให้มีการจ้างงานเพิ่มมากขึ้น	3.32	1.520	ปานกลาง	3
ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา มุ่งมั่นรักษาเสถียรภาพราคาพลังงานเชื้อเพลิงไม่ให้สูงขึ้น (ราคาน้ำมัน, แก๊ส)	3.36	1.542	ปานกลาง	1
ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ส่งเสริมเศรษฐกิจการค้าให้เติบโตมากขึ้น	3.33	1.544	ปานกลาง	2
ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ทำให้ราคาพืชผลทางการเกษตรสูงขึ้น	3.26	1.496	ปานกลาง	4
รวม	3.32	1.465	ปานกลาง	

สรุปผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรั้ว อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างของประชาชนในตำบลรั้วมีระดับทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรั้ว อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร โดยภาพรวมด้านเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.32$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ในข้อ “ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา มุ่งมั่นรักษาเสถียรภาพราคาพลังงานเชื้อเพลิงไม่ให้สูงขึ้น (ราคาน้ำมัน, แก๊ส)” อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.36$) รองลงมาคือในข้อ “ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ส่งเสริมเศรษฐกิจการค้าให้เติบโตมากขึ้น” อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.33$) ต่อมาในข้อ “ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ทำให้มีการจ้างงานเพิ่มมากขึ้น” อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.32$) และในข้อ “ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ทำให้ราคาพืชผลทางการเกษตรสูงขึ้น” อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.26$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา:ศึกษาตำบลรั้ว อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร ด้านการช่วยเหลือจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019

การบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาต่อบลักรับรอง อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร ด้านการช่วยเหลือจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019	\bar{X}	S.D.	ระดับ	อันดับ
ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา มีมาตรการป้องกันและช่วยเหลือประชาชนจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในระดับใด	3.30	1.538	ปานกลาง	4
ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา จัดการแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจช่วงโควิด-19 ได้ดี	3.36	1.548	ปานกลาง	1
ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กู้เงินมาใช้ในการแก้ไขปัญหาโควิด-19 ได้อย่างคุ้มค่า	3.33	1.555	ปานกลาง	3
ท่านเห็นด้วยกับมาตรการช่วยเหลือทางการเงินแก่ประชาชนโดยโครงการต่างๆ ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา	3.35	1.550	ปานกลาง	2
รวม	3.33	1.490	ปานกลาง	

สรุปผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาต่อบลักรับรอง อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างของประชาชนในตำบลรับรองมีระดับทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาต่อบลักรับรอง อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร โดยภาพรวมด้านการช่วยเหลือจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 โดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.33$) เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ในข้อ “ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา จัดการแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจช่วงโควิด-19 ได้ดี” อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.36$) รองลงมาคือในข้อ “ท่านเห็นด้วยกับมาตรการช่วยเหลือทางการเงินแก่ประชาชนโดยโครงการต่างๆ ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา” อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.35$) ต่อมาในข้อ “ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กู้เงินมาใช้ในการแก้ไขปัญหาโควิด-19 ได้อย่างคุ้มค่า” อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.33$) และในข้อ “ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา มีมาตรการป้องกันและช่วยเหลือประชาชนจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในระดับใด” อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.30$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลการวิเคราะห์ระดับทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาต่อบลักรับรอง อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร ด้านรายได้ของครัวเรือน

การบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร ด้านรายได้ของ ครัวเรือน	\bar{X}	S.D.	ระดับ	อันดับ
ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ทำให้ครอบครัวของท่านมีราย ต่อปีได้เพิ่มมากขึ้น	3.31	1.526	ปานกลาง	3
ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ทำให้ครอบครัวของท่านมีเงิน ออมเพิ่มมากขึ้น	3.32	1.531	ปานกลาง	2
ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ช่วยให้ครอบครัวของท่านมี ความสุขทางเศรษฐกิจ	3.41	1.550	ปานกลาง	1
รวม	3.35	1.473	ปานกลาง	

สรุปผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของ
รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างของประชาชนในตำบลรับร้อมีระดับทัศนคติต่อการบริหารงาน
ด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร
โดยภาพรวมด้านรายได้ของครัวเรือน โดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.35$) เมื่อจำแนก
เป็นรายข้อพบว่า ในข้อ “ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ช่วยให้ครอบครัวของท่านมีความสุข
ทางเศรษฐกิจ” อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.41$) รองลงมาคือในข้อ “ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอก
ประยุทธ์ จันทร์โอชา ทำให้ครอบครัวของท่านมีเงินออมเพิ่มมากขึ้น” อยู่ในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=$
3.32) และในข้อ “ท่านคิดว่ารัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ทำให้ครอบครัวของท่านมีรายต่อปีได้เพิ่ม
มากขึ้น” อยู่ในในเกณฑ์เห็นด้วยปานกลาง ($\bar{X}=3.31$) ตามลำดับ ดังตารางที่ 4

4.3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของระดับทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้าน เศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัด ชุมพร จำแนกตามเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ (ต่อเดือน)

ผลสรุปรายด้าน

4.3.1 ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกันมีระดับทัศนคติในภาพรวมต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจ
ของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร **แตกต่างกัน** ใน
ด้านเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้านการช่วยเหลือจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโค

วิด-2019 และ ด้านรายได้ของครัวเรือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD ปรากฏผล ดังนี้

- ประชาชนที่มีเพศหญิง และเพศหลากหลาย มีระดับทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร โดยภาพรวมสูงกว่าประชาชนที่มีเพศชาย

4.3.2 ประชาชนที่มีอายุแตกต่างกันมีระดับทัศนคติในภาพรวมต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร แตกต่างกันในด้านเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้านการช่วยเหลือจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 และ ด้านรายได้ของครัวเรือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD ปรากฏผล ดังนี้

- ประชาชนที่มีอายุ 26-42 ปี จะมีระดับทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม สูงกว่าประชาชนที่มีอายุ 18-25ปี
- ประชาชนที่มีอายุ 43-57 ปี จะมีระดับทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม สูงกว่าประชาชนที่มีอายุ 18-25ปี และ 26-42ปี
- ประชาชนที่มีอายุ 58 ปีขึ้นไป จะมีระดับทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม สูงกว่าประชาชนที่มีอายุ 18-25ปี 26-42ปี และ43-57 ปี

4.3.3 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับทัศนคติในภาพรวมต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร แตกต่างกันในด้านเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้านการช่วยเหลือจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 และ ด้านรายได้ของครัวเรือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD ปรากฏผล ดังนี้

- ประชาชนที่มีการศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนต้น จะมีระดับทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม สูงกว่าประชาชนที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา

- ประชาชนที่มีการศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. จะมีระดับทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม สูงกว่าประชาชนที่มีการศึกษาระดับ ประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนต้น
- ประชาชนที่มีการศึกษาระดับ อนุปริญญา หรือ ปวส.จะมีระดับทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม สูงกว่าประชาชนที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนต้น
- ประชาชนที่มีการศึกษาระดับ ปริญญาตรีขึ้นไป จะมีระดับทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม สูงกว่าประชาชนที่มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. และ อนุปริญญา หรือ ปวส.

4.3.4 ประชาชนที่มีอาชีพแตกต่างกันระดับทัศนคติในภาพรวมต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร **แตกต่างกัน** ในด้านเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้านการช่วยเหลือจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 และ ด้านรายได้ของครัวเรือน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD ปราบกฏผล ดังนี้

- ประชาชนที่มีอาชีพเกษตรกร จะมีระดับทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม สูงกว่าประชาชนที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ประชาชนที่มีอาชีพพนักงานเอกชน จะมีระดับทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม สูงกว่าประชาชนที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา และ เกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ประชาชนที่มีอาชีพรับจ้างทั่วไป/ผู้ใช้แรงงาน จะมีระดับทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพง

จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม สูงกว่าประชาชนที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา และ เกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- ประชาชนที่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ จะมีระดับทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร่อ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม สูงกว่าประชาชนที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา และ เกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ประชาชนที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ จะมีระดับทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร่อ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม สูงกว่าประชาชนที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา และ เกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ประชาชนที่มีอาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณอายุ/ว่างงาน จะมีระดับทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร่อ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม สูงกว่าประชาชนที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา และ เกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3.5 ประชาชนที่มีรายได้ (ต่อเดือน) แตกต่างกันมีระดับทัศนคติในภาพรวมต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรับร่อ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร **แตกต่างกัน** ในด้านเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้านการช่วยเหลือจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 และ ด้านรายได้ของครัวเรือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงได้ทดสอบความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธี LSD ปราบกฏผล ดังนี้

- ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จะมีระดับทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร่อ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม สูงกว่าประชาชนที่ไม่มีรายได้ มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท และมีรายได้ 5,001-10,000 บาท
- ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001-20,000 บาท จะมีระดับทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร่อ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม สูงกว่าประชาชนที่ไม่มีรายได้ มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีรายได้ 5,001-10,000 บาท และมีรายได้ 10,001-15,000 บาท

- ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือน 20,001-25,000 บาท จะมีระดับทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม สูงกว่าประชาชนที่ไม่มีรายได้ มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีรายได้ 5,001-10,000 บาท และมีรายได้ 10,001-15,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
- ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือน 25,001-30,000 บาท จะมีระดับทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม สูงกว่าประชาชนที่ไม่มีรายได้ มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีรายได้ 5,001-10,000 บาท และมีรายได้ 10,001-15,000 บาท
- ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป จะมีระดับทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา กรณีศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดชุมพร โดยภาพรวม สูงกว่าประชาชนที่ไม่มีรายได้ มีรายได้น้อยกว่าหรือเท่ากับ 5,000 บาท มีรายได้ 5,001-10,000 บาท มีรายได้ 10,001-15,000 บาท มีรายได้ 15,0001-20,000 บาท 20,001-25,000 บาท และมีรายได้ 25,001-30,000 บาท

5. การอภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่าความคิดเห็นของการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา:ศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอกำแพงแสน จังหวัดชุมพร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ที่ค่าเฉลี่ย 3.33 เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า ในด้านรายได้ของครัวเรือน มีระดับความคิดเห็นสูงสุด ที่ค่าเฉลี่ย 3.35 รองลงมาคือ ด้านการช่วยเหลือจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 ที่ค่าเฉลี่ย 3.33 และน้อยที่สุดคือในด้านเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ที่ค่าเฉลี่ย 3.32 ตามลำดับ

ด้านนโยบายการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของ วลัยพรรณ พรวงศ์เลิศ ที่ได้ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของประชาชนต่อบทบาทด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา พ.ศ. 2557 - 2562: กรณีศึกษาเทศบาลนครระยอง อำเภอมือง จังหวัดระยอง” พบว่า ด้านเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางเช่นเดียวกับประชาชนในตำบลรับร้อ

ด้านการช่วยเหลือจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-2019 ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกับการศึกษาของ เบญจภรณ์ ตรีภู ที่ได้ศึกษาเรื่อง

“ทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : กรณีศึกษาเทศบาล ตำบลโคกสำโรง อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี” พบว่า กลุ่มตัวอย่างของเขตเทศบาล ตำบลโคกสำโรง อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี มีระดับทัศนคติต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของ รัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ในด้านการช่วยเหลือจากการแพร่ระบาดของโรคติดต่อไวรัสโควิด-2019 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับทัศนคติในข้อของการจัดการแก้ไขปัญหาทาง เศรษฐกิจช่วงโควิด-2019 ได้ดี มีระดับเห็นด้วยสูงสุด เช่นเดียวกับกลุ่มตัวอย่างตำบลรับร้อ

ด้านรายได้ของครัวเรือน ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องและเป็นไปในทิศทาง เดียวกับการศึกษาของ วลัยพรรณ พรวงศ์เลิศ ที่ได้ศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของประชาชนต่อบทบาทด้าน เศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา พ.ศ. 2557 - 2562: กรณีศึกษาเทศบาลนครระยอง อำเภอเมือง จังหวัดระยอง” พบว่า ด้านรายได้ของครัวเรือนของประชาชนเทศบาลนครระยอง ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง โดยส่วนใหญ่เป็นรายได้ที่มาจากการทำงาน ค่าจ้าง และกำไรจากการทำเกษตร

กล่าวโดยสรุป ประชาชนในตำบลรับร้อ อำเภอท่าแซะ จังหวัดชุมพร มีทัศนคติต่อการบริหารงาน ด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งมีปัจจัยมาจาก ประชาชนส่วนใหญ่ในตำบลรับร้อทำอาชีพเกษตรกรรม จึงยังไม่เห็นถึงความมีประสิทธิภาพและการ ช่วยเหลือได้ทั่วถึง จากรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา ในการบริหารงานด้านเศรษฐกิจ

6. ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา : ศึกษาตำบลรับร้อ อำเภอท่า แซะ จังหวัดชุมพร พบว่าประชาชนมีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นจึงเป็นภาพสะท้อนอย่าง ชัดเจนถึงความคิดเห็นของประชาชนในชนบทและภาคเกษตรว่าการบริหารงานทางเศรษฐกิจของรัฐบาล พลเอกประยุทธ์ไม่สามารถสร้างความนิยมให้กับประชาชนได้ ทั้งกรณีการช่วยเหลือประชาชนในวิกฤติภัย โควิด-19 ประชาชนในชนบทและภาคเกษตรก็ค่อนข้างเห็นถึงความไม่มีประสิทธิภาพและการช่วยเหลือ อย่างถ้วนหน้า ดังนั้น ในการเลือกตั้งทั่วไปที่กำลังจะมาถึงที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในช่วงกลางปี พ.ศ.2566 พรรคการเมืองใดที่มีนโยบายสร้างรายได้และฟื้นฟูเศรษฐกิจของชนบทและภาคเกษตรที่ดูโดดเด่น ทั้ง สามารถโน้มน้าวให้ประชาชนในชนบทและภาคเกษตรเชื่อมั่นได้ว่าหากพรรคคนนั้นได้เป็นพรรคจัดตั้งรัฐบาล จะสามารถบริหารงานสร้างสรรคให้เศรษฐกิจดีขึ้น ประชาชนมีรายได้มากขึ้น น่าจะเป็นพรรคที่ได้รับ คะแนนเสียงจากคนชนบทและภาคเกษตร

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

งานศึกษานี้เกิดขึ้นในพื้นที่ชนบทและภาคเกษตรของจังหวัดในภาคใต้ตอนบน ที่มีพืชเศรษฐกิจเกี่ยวกับยางพารา ทุเรียน กาแฟ ปาล์มน้ำมัน ดังนั้นจึงน่าจะได้นำแนวทางการศึกษานี้ไปศึกษาในพื้นที่ชนบทและภาคเกษตรที่เน้นปลูกข้าวในจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ หรือศึกษาในพื้นที่ชนบทและภาคเกษตรในจังหวัดภาคเหนือ ซึ่งน่าจะช่วยให้เราเห็นภาพที่ชัดเจนยิ่งขึ้นเกี่ยวกับทัศนคติของประชาชนในชนบทและภาคเกษตรทั้งประเทศที่มีต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชาในช่วงสามปีที่ผ่านมาว่าเป็นไปในทิศทางเดียวกันหรือแตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

เจตริน เขยประเสริฐ. (2562). ทัศนคติของประชาชนต่อการรัฐประหาร พ.ศ.2557 : กรณีศึกษาเทศบาล

เมืองปราจีนบุรี. รัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะรัฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยรังสิต.

เบญจภรณ์ ตรีกุล. (2565). ทัศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอก

ประยุทธ์จันทร์โอชา : กรณีศึกษาเทศบาล ตำบลโคกสำโรง อำเภอโคกสำโรง จังหวัดลพบุรี.

มหาวิทยาลัยรังสิต.

เปณิษณา โสภางเจริญ. (2561). ทัศนคติของประชาชนที่มีต่อการบริหารงานของรัฐบาล พลเอก ประยุทธ์ ์

จันทร์โอชา : ศึกษากรณีชาวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในห้วงเวลา ปี พ.ศ. 2561.

มหาวิทยาลัยเกริก.

วรุฬห์ทิพย์ สุทธิประเสริฐ. (2563). ทัศนคติของประชาชนต่อการดำเนินงานตามนโยบายเร่งด่วนของ

รัฐบาล พลเอกประยุทธ์จันทร์โอชา พ.ศ. 2562: กรณีศึกษาเขต

เทศบาลเมืองสระบุรีจังหวัดสระบุรี. สถาบันรัฐศาสตร์มหาวิทยาลัยรังสิต.

วลัยพรรณ พรวงค์เลิศ. (2562). ทัศนคติของประชาชนต่อบทบาทด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลพลเอก

ประยุทธ์ จันทร์โอชา พ.ศ. 2557 - 2562: กรณีศึกษาเทศบาลนครระยอง อำเภอเมือง

จังหวัดระยอง. มหาวิทยาลัยรังสิต.

การพัฒนาคุณภาพการบริการสำหรับความพึงพอใจในการบริการ

Develop Service Quality for service satisfaction

ธณัษวรรณ ร่างใหญ่¹ และทรรศนะ บุญขวัญ²

Thanawan Rangyai¹ and Thasana Boonkwan²

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง 2086 ถนนรามคำแหง หัวหมาก บางกะปิ กรุงเทพมหานคร 10240

โทรฯ : 087-3242882 e-mail : thanawan_yai@yahoo.com

²วิทยาลัยนวัตกรรมการศึกษา มหาวิทยาลัยเซ็นต์จอห์น 1110/5 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงลาดยาว เขตจตุจักร

กรุงเทพมหานคร 10900 โทรฯ : 086-6688822 e-mail : drthasana@yahoo.com

บทคัดย่อ

คุณภาพการบริการนั้นถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญสำหรับการบริหารจัดการ ในปัจจุบันธุรกิจให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการที่นำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจ บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาคุณภาพการบริการสำหรับความพึงพอใจในการบริการ ทบทวนความสำคัญของการบริการและแบบจำลอง SERVQUAL และแบบจำลองของ Kano ตลอดจนแนวทางในการสร้างความพึงพอใจในการบริการเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าและบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรตามที่กำหนดไว้ได้

คำสำคัญ : การพัฒนาคุณภาพการบริการ; ความพึงพอใจในการบริการ

Abstract

The service quality is a management tool which businesses currently have recognized its importance for business success. The article aims to develop service quality for service satisfaction and review the important of service and SERVQUAL model, Kano's Model and the guidelines for building service satisfaction.

Keywords : develop Service Quality; service satisfaction

บทนำ

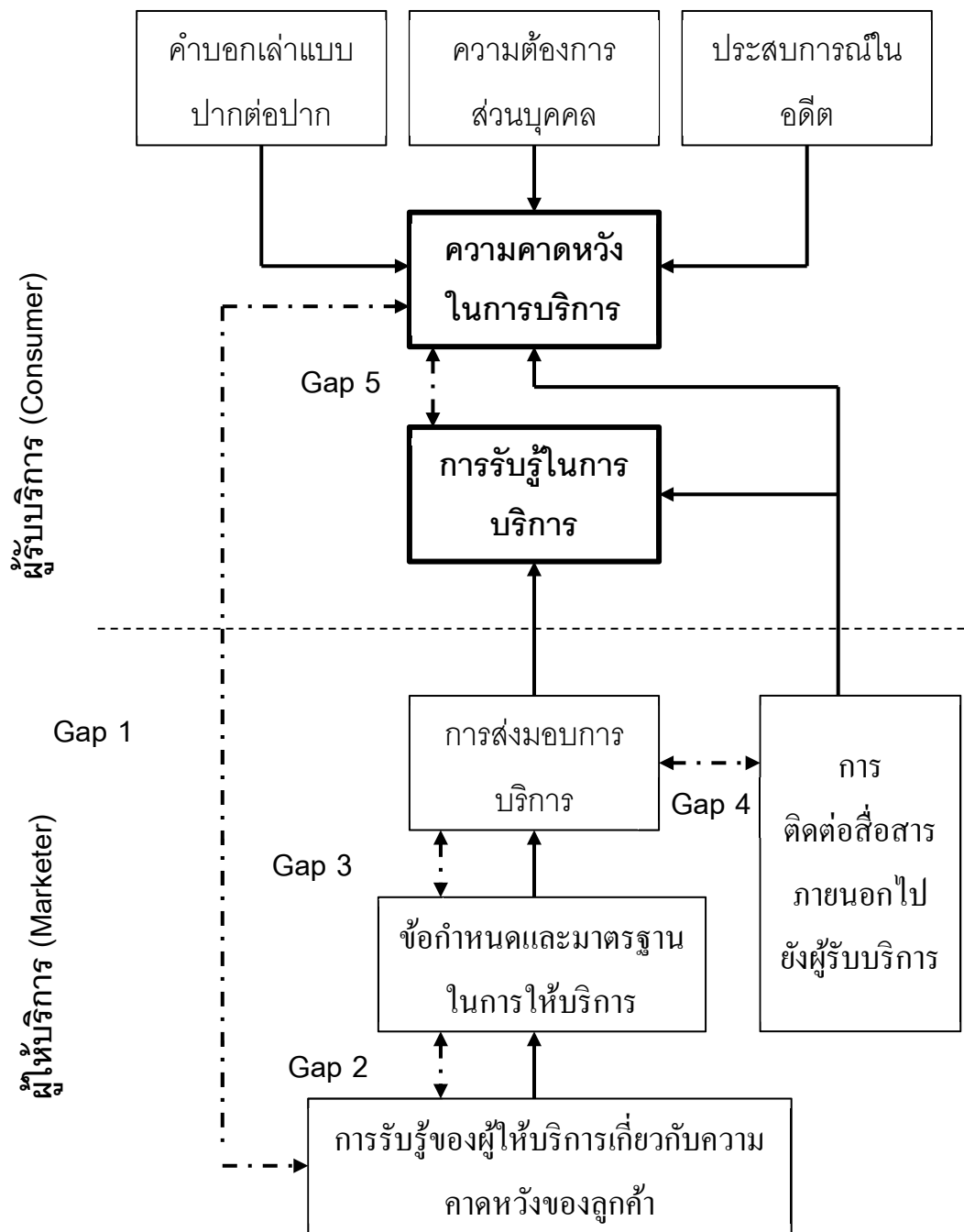
ธุรกิจบริการและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการจะให้ความสำคัญอย่างมากกับลูกค้าหรือผู้มีอำนาจในการตัดสินใจเลือกซื้อหรือใช้บริการต่างๆ และพยายามหาวิธีการที่จะพัฒนาคุณภาพการบริการสำหรับความพึงพอใจสูงสุดแก่ลูกค้าหรือผู้รับบริการ ทั้งนี้คุณภาพการบริการเป็นระดับความแตกต่างระหว่างความคาดหวังในการได้รับบริการของลูกค้า (ก่อนได้รับบริการ) และการบริการที่ลูกค้าได้รับบริการจริง (หลังได้รับบริการ) (Parasuraman et al., 1988) ธุรกิจบริการและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการควรให้ความสำคัญทุกขั้นตอนของการบริการซึ่งจะสามารถส่งมอบความประทับใจจากผู้ให้บริการสู่

ผู้รับบริการได้ ดังนั้นผู้ให้บริการจึงควรตระหนักถึงและให้ความสำคัญต่อความคาดหวังหรือความต้องการของผู้รับบริการ พร้อมทั้งนำเสนอการบริการที่ตรงกับความคาดหวังหรือเกินความคาดหมายของผู้รับบริการ แต่การจะส่งมอบหรือนำเสนอการบริการที่ดีหรือเกินความคาดหมายได้นั้นธุรกิจบริการและองค์กรผู้ให้บริการต้องมุ่งความเป็นเลิศในการบริการและคุณค่าให้เกิดขึ้นต่อผู้รับบริการหรือที่เรียกว่า “คุณภาพการบริการ” นอกจากนี้คุณภาพการบริการมีความสำคัญอย่างยิ่งที่มีส่วนช่วยให้ธุรกิจบริการและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการประสบความสำเร็จ ในขณะที่ปัจจุบันด้านของเทคโนโลยีมีการพัฒนาอย่างมากมีบทบาทสำคัญต่อธุรกิจบริการ รวมถึงมีบทบาทสำคัญทำให้พฤติกรรมของผู้รับบริการเปลี่ยนไปจากอดีต ผู้รับบริการได้รับรู้ข่าวสารที่รวดเร็วและมีความคาดหวังต่อการได้รับบริการที่ดีสูงขึ้น จะเห็นได้ว่าคุณภาพการบริการของผู้ให้บริการจึงมีความสำคัญซึ่งจะสามารถทำให้ธุรกิจประสบผลสำเร็จและมีความสามารถในการแข่งขันได้ในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง และสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการและกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้นธุรกิจบริการควรเข้าใจถึงแบบจำลองคุณภาพการบริการ เข้าใจช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการและการรับรู้ในบริการจริงที่ได้รับจากผู้ให้บริการ รวมทั้งเข้าใจแบบจำลองการจัดหมวดหมู่ของ Kano เพื่อนำมาประยุกต์ใช้กับ SERVQUAL Method จึงจะสามารถพัฒนาคุณภาพการบริการสำหรับความพึงพอใจในการบริการได้อย่างแท้จริง

แนวคิดคุณภาพการบริการ และแบบจำลองคุณภาพการบริการ

การบริการถือได้ว่าเป็นกิจกรรมที่ไม่มีตัวตนหรือเป็นกระบวนการของการบริการ ผู้ให้บริการได้ดำเนินการจัดเตรียมการบริการไว้ให้แก่ลูกค้า และจะเกิดขึ้นระหว่างเมื่อลูกค้ามีปฏิสัมพันธ์กับผู้ให้บริการ (Gronroos, 1990) ในขณะที่ Lovelock and Wirtz (2007) กล่าวว่าบริการเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ฝ่ายหนึ่งได้เสนอให้กับอีกฝ่ายหนึ่งในพื้นฐานตามเวลาที่กำหนดไว้ เพื่อรับผิดชอบต่อความต้องการและวัตถุประสงค์ของผู้ซื้อ ลูกค้าจะคาดหวังการบริการโดยประเมินค่าจากการอำนวยความสะดวก แรงงานทักษะความชำนาญ เครือข่ายระบบการปฏิบัติงาน และผู้ซื้อไม่สามารถครอบครองเป็นเจ้าของในส่วนสำคัญทางกายภาพที่มีความเกี่ยวข้องกันได้ ส่วนคุณภาพการบริการ หมายถึง คุณภาพการบริการเป็นระดับความแตกต่างระหว่างความคาดหวังในการได้รับบริการของลูกค้า (ก่อนได้รับบริการ) และการบริการที่ลูกค้าได้รับบริการจริง (หลังได้รับบริการ) (Parasuraman et al., 1988)

Parasuraman et al., (1985) ได้พัฒนาแบบจำลองคุณภาพการบริการ (Service Quality Model: SERVQUAL) ที่ใช้ในการประเมินคุณภาพการบริการโดยใช้เกณฑ์ช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการ และการรับรู้ในบริการจริงที่ได้รับจากผู้ให้บริการเป็นหลัก แนวคิดดังกล่าวมาจากทฤษฎีทางการตลาด เรียกว่า “แบบจำลองช่องว่าง” (Gap Model หรือ Gap Analysis Model) ตามรูปภาพประกอบที่ 1 ดังนี้



ภาพประกอบที่ 1 แสดงแบบจำลองคุณภาพการบริการ (Service Quality Model; SERVQUAL) ที่มา: Parasuraman, Zeithaml and Berry (1985)

1. Gap 1 ช่องว่างของข้อมูลการตลาด (Position Gap) คือ ช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างความคาดหวังของผู้รับบริการ ซึ่งการรับรู้ของผู้ให้บริการเกี่ยวกับความคาดหวังของผู้รับบริการไม่สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการ หรือผู้ให้บริการอาจไม่ทราบถึงปัจจัยที่มีความสำคัญอันแท้จริง ช่องว่างนี้จึงก่อให้เกิดผลกระทบต่อการประเมินผลของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการ ซึ่งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ

ช่องว่างนี้ คือ ขาดการศึกษาค้นคว้าถึงเรื่องความคาดหวังและความต้องการของผู้รับบริการ มีการสื่อสารและติดต่อระหว่างผู้ให้บริการที่น้อยเกินไปทั้งในหน่วยงาน และส่วนงานต่างๆขององค์กร และสายงานบังคับบัญชาที่มีการแบ่งแยกผู้ให้บริการหลายคนจากผู้บริหารชั้นสูงทำให้ข้อมูลข่าวสารที่ได้จากผู้รับบริการที่ให้ข้อมูลกลับไปยังผู้บริหารนั้นไม่เกิดประโยชน์

2. Gap 2 ช่องว่างของมาตรฐานที่กำหนด (Specification Gap) คือ ช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างข้อกำหนดและมาตรฐานคุณภาพการบริการ และความต่างระหว่างการรับรู้ของผู้ให้บริการที่มีต่อความคาดหวังของผู้รับบริการ และความต้องการของผู้รับบริการที่มีต่อคุณภาพการบริการนั้น ช่องว่างนี้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพการบริการในมุมมองของผู้รับบริการ ซึ่งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อช่องว่างนี้ คือการให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการของผู้บริหาร การกำหนดเป้าหมายมาตรฐานของงานที่มีความสัมพันธ์กับมาตรฐาน และความคาดหวังของผู้รับบริการ การขาดการรับรู้ในสิ่งที่มองไม่เห็น และการมีข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยีของบุคลากรที่ช่วยให้งานบริการมีมาตรฐาน ซึ่งเป็นสิ่งที่บุคลากรสามารถรับประกันต่อผู้รับบริการได้ว่าคุณภาพการบริการที่ให้ความสม่าเสมอ

3. Gap 3 ช่องว่างของการให้บริการ (Delivery Gap) คือ ช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างข้อกำหนดและมาตรฐานคุณภาพการบริการ และการบริการจริงที่ให้แก่ผู้รับบริการ โดยช่องว่างนี้จะส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการจากจุดยืนของผู้รับบริการ ซึ่งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อช่องว่างนี้ คือการร่วมมือกันทำงานเป็นทีม บทบาทของบุคลากรที่ไม่ชัดเจน ทำให้ไม่มั่นใจว่าผู้บริหารมีความคาดหวังอย่างไรต่องานที่ทำ การขาดทักษะ และการฝึกอบรมที่จำเป็นในการทำงาน หรือในการใช้เทคโนโลยี บทบาทความขัดแย้งของบุคลากรที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการภายในและภายนอก และระบบบริหารจัดการที่เน้นเรื่องผลลัพธ์ ขาดความยืดหยุ่นในการแก้ปัญหาของการให้บริการ

4. Gap 4 ช่องว่างของการสื่อสาร (Communication Gap) คือ ช่องว่างที่เกิดขึ้นจากการที่ผู้ให้บริการให้บริการจริงแก่ผู้รับบริการ และการติดต่อสื่อสารกับผู้รับบริการในเรื่องการบริการ โดยการติดต่อสื่อสารภายนอกจะมีผลต่อความคาดหวังของผู้รับบริการต่อบริการที่ได้รับ ช่องว่างนี้ทำให้เกิดผลกระทบต่อคุณภาพการบริการจากจุดยืนของผู้รับบริการ ซึ่งปัจจัยที่มีผลกระทบต่อช่องว่างนี้ คือขาดการสื่อสารในแนวนอน ขาดการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกในหน่วยงานในระดับเดียวกัน และการให้คำมั่นสัญญาแก่ผู้รับบริการมากเกินไป

5. Gap 5 ช่องว่างด้านคุณภาพการบริการ (Perception Gap) คือ ช่องว่างที่เกิดขึ้นระหว่างการรับรู้ภายในของผู้รับบริการ และบริการจริงที่ผู้รับบริการได้รับ โดยปัจจัยที่มีผลต่อช่องว่างทั้ง 4 ตามที่กล่าวข้างต้น

ช่องว่างด้านคุณภาพการบริการจะหมดไปเมื่อมีการลดช่องว่างทั้ง 4 ประการ ซึ่งมีสาเหตุจากการบริหารงานภายในองค์กร การตัดสินใจของผู้รับบริการทั้งในแง่บวกและแง่ลบ จะเป็นตัวบ่งบอกให้ทราบถึงคุณภาพการบริการว่าสูงหรือต่ำ ซึ่งในการประเมินคุณภาพการบริการและการใช้แบบจำลองนี้จะมุ่งเน้น

การให้บริการซึ่งเป็นไปตามความคาดหวังของผู้รับบริการ และบริการจริงที่ผู้รับบริการคาดว่าจะได้รับ แต่อย่างไรก็ตามคุณภาพการบริการที่ผู้รับบริการได้รับนั้นขึ้นอยู่กับขนาดและทิศทางของ Gap 5 เป็นส่วนสำคัญ

นอกจากนี้ Parasuraman et al., (1988 อ้างถึงใน ฉงจิ่ง หลี่, 2556 : 15-16) ได้พัฒนาปรับปรุงปัจจัยที่ผู้รับบริการให้ความสำคัญในการประเมินคุณภาพการบริการโดยใช้เกณฑ์การประเมินที่มาจากความคาดหวังของผู้รับบริการ เป็นการประเมินคุณภาพการบริการที่เรียกว่า SERVQUAL (Service Quality) ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่

1. ความเป็นรูปธรรมของบริการ (Tangibility) ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น สถานที่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร และสัญลักษณ์ รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้รับบริการรู้สึกว่าได้รับการดูแล ห่วงใย และความตั้งใจจากผู้ให้บริการที่มีการบริการที่นำเสนอออกมาเป็นรูปธรรมจะทำให้ผู้รับบริการรับรู้ถึงการให้บริการได้ชัดเจนขึ้น

2. ความไว้วางใจ (Reliability) ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้รับบริการได้รับบริการทุกครั้งต้องมีความสม่ำเสมอสามารถให้ความไว้วางใจได้

3. การตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) ความพร้อมและเต็มใจยินดีที่จะให้บริการในทันทีที่ได้รับการร้องขอ โดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างทันท่วงที ผู้รับบริการสามารถเข้ารับบริการได้ง่าย และได้รับความสะดวกจากการใช้บริการ รวมทั้งจะต้องกระจายการให้บริการไปอย่างทั่วถึงรวดเร็ว

4. การประกันคุณภาพ (Assurance) ความสามารถในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการ โดยที่ผู้ให้บริการจะต้องแสดงถึงทักษะ ความรู้ความสามารถเป็นอย่างดีในการให้บริการ ผู้ให้บริการเองต้องมีความสุภาพอ่อนโยนมีความน่าเชื่อถือ และความซื่อสัตย์ รวมไปถึงใช้การติดต่อสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และให้ความมั่นใจว่าผู้รับบริการจะได้รับการบริการที่ดีที่สุดจากผู้ให้บริการ

5. ความเข้าใจ (Empathy) ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการตามความต้องการที่แตกต่างของแต่ละบุคคล

การนำแบบจำลองการจัดหมวดหมู่ของ Kano ประยุกต์ใช้กับ SERVQUAL Method ใช้ในคุณภาพการบริการ

Kano et al., (1984) ได้ศึกษาแนวความคิดทฤษฎีการนำคุณภาพการบริการ และแบบจำลองการจัดหมวดหมู่คุณลักษณะการบริการมาประยุกต์ใช้ร่วมกันของศาสตราจารย์โนริอากิ คาโนะ ในปี พ.ศ. 2527 (Integrate Kano's Model into SERVQUAL) แบบจำลองของ Kano เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์ที่สามารถเข้าใจถึงความต้องการ และความพึงพอใจของผู้รับบริการได้อย่างแท้จริง ซึ่งแบบจำลองของ Kano

ทำการจัดหมวดหมู่จากคุณลักษณะของสินค้าหรือการบริการเป็นหลัก สามารถจัดหมวดหมู่ตามความต้องการของลูกค้าได้ ดังนี้

1. Must-be หรือสิ่งที่จำเป็นต้องมีเป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน ลูกค้าจะเริ่มรู้สึกไม่พึงพอใจเมื่อคุณภาพของสินค้าหรือการบริการมีระดับการให้บริการที่ต่ำ เช่น การแสดงออกของพนักงานบริการที่มีต่อลูกค้า ดังนั้นผู้ให้บริการจำเป็นต้องแก้ไข ปรับปรุงเป็นลำดับแรก และจำเป็นต้องมีบริการนั้นในองค์กร เป็นต้น

2. One Dimensional หรือส่วนที่มีหน้าที่ทำให้ผู้ใช้บริการพอใจ การที่สินค้าหรือบริการนั้นเป็นที่ต้องการของลูกค้าอยู่แล้วแต่ทำการปรับปรุง พัฒนาให้สินค้าหรือบริการนั้นๆเป็นที่ต้องการ หรือมีความพึงพอใจระดับที่มากขึ้น

3. Attractive หรือส่วนที่มีหน้าที่ดึงดูดใจผู้ใช้บริการ ความพึงพอใจของลูกค้าอยู่ในระดับสูงสุดเมื่อมีการเพิ่มศักยภาพของการบริการที่สูงขึ้น แต่อย่างไรก็ไม่สอดคล้องกับความพึงพอใจของลูกค้าลดลงเมื่อศักยภาพในการบริการที่ลูกค้าได้รับลดลง เช่น การให้ของสมนาคุณแก่ลูกค้า ส่งผลให้ระดับความพึงพอใจในการซื้อสินค้าหรือการได้รับบริการก็จะมีเพิ่มขึ้นด้วย

4. Indifferent หรือส่วนที่ไม่มีความแตกต่าง สถานการณ์ที่ลูกค้ารู้สึกพอใจหรือไม่พอใจในการบริการ

5. Questionable หรือเป็นส่วนที่เกิดความน่าสงสัยสถานการณ์ที่ลูกค้ามีความไม่แน่ใจ หรือเกิดความไม่ชัดเจนในคำถาม

6. Reverse หรือส่วนที่มีผลตรงกันข้าม ในสถานการณ์นี้องค์กรควรทำการประเมินคุณภาพการบริการที่ล้มเหลว ซึ่งนำไปสู่ความไม่พึงพอใจของลูกค้าเมื่อได้รับบริการนั้นๆ ตามตารางการประเมินของ Kano (Kano Evaluation Table)

แนวคิดความพึงพอใจ

ความพึงพอใจเป็นระดับของความรู้สึกของบุคคลนั้นๆ และเป็นผลจากการเปรียบเทียบผลงานที่รับรู้จริงจากสินค้าหรือการบริการที่ได้รับกับความคาดหวังของบุคคลนั้นๆ และลูกค้าจะมีระดับของความพึงพอใจได้ 3 ระดับ ได้แก่ (1) ถ้าผลงานที่ลูกค้ารับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ (2) ผลงานที่ลูกค้ารับรู้เท่ากับความคาดหวังลูกค้าจะเกิดความรู้สึกพึงพอใจ และ (3) ผลงานที่ลูกค้ารับรู้สูงกว่าความคาดหวังลูกค้าจะมีความรู้สึกน่ายินดีหรือพึงพอใจมาก ทางด้าน Oliver (1999) แสดงให้เห็นว่าความพึงพอใจที่น่ารื่นรมย์เป็นการเติมเต็มความต้องการ ความปรารถนา และเป้าหมายของลูกค้า ได้แยกแยะความพึงพอใจที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าใน 3 ระดับ ได้แก่ การตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าตามความจำเป็น การตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ทำให้ลูกค้าอยากกลับมาใช้บริการซ้ำอีก และการตอบสนองความต้องการเกินความคาดหมายของลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าได้รับ

ความพึงพอใจมากที่สุด นอกจากนี้ลูกค้าได้ใช้บริการแล้วลูกค้าจะมีประสบการณ์กับความพึงพอใจ และความไม่พึงพอใจในหลายระดับ ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับบริการจะเท่ากับระดับความคาดหวังหรือสูงกว่า ความคาดหวัง ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ถ้าลูกค้าไม่มีความพึงพอใจแล้วจะทำให้ลูกค้าไม่มีการซื้อสินค้าหรือบริการที่ต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับ Hoyer and MacInnis (2001) ได้กล่าวว่า ความไม่พึงพอใจของลูกค้าสามารถนำไปสู่ความเสียหายแก่ธุรกิจเนื่องจากลูกค้าไม่มีการซื้อสินค้าหรือบริการที่ต่อเนื่อง มีการร้องเรียนต่อบริษัท และมีการแพร่คำพูดในทางลบบอกต่อไปยังบุคคลอื่น

บทสรุปการพัฒนาคุณภาพการบริการสำหรับความพึงพอใจในการบริการ

การบริการจะสามารถสร้างความพึงพอใจได้มากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับคุณภาพการบริการ ด้วยแบบจำลอง SERVQUAL ประยุกต์ร่วมกับแบบจำลองของ Kano ซึ่งเป็นแบบจำลองที่ใช้ในการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังก่อนใช้บริการ และการรับรู้ภายหลังได้รับบริการซึ่งจะช่วยให้ผู้ให้บริการทราบถึงระดับคุณภาพการบริการ

1. ผู้บริหารของธุรกิจบริการและองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการ ควรตรวจสอบความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้รับบริการอย่างสม่ำเสมอ ผู้บริหารควรสำรวจความต้องการ และความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อการบริการองค์กร เนื่องจากในปัจจุบันพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้ามีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา มีความคาดหวังที่ได้รับการบริการที่ดีสูงขึ้น ผู้บริหารสามารถใช้วิธีการวิจัยตลาด การสำรวจและเจาะกลุ่มเป้าหมาย การสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้า ตลอดจนการรับฟังความคิดเห็นของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในองค์กรเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร ในการสะท้อนประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานบริการซึ่งจะเป็นตัวบ่งชี้ถึงข้อบกพร่อง ข้อได้เปรียบขององค์กรเพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไข กำหนดสิ่งที่จำเป็นต้องมีในคุณภาพการบริการ ซึ่งเป็นความต้องการขั้นพื้นฐาน และพัฒนาคุณภาพการบริการให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้รับบริการอันจะนำมาซึ่งความพึงพอใจในการบริการ

2. การกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์กรให้ชัดเจน ผู้บริหารจำเป็นที่จะต้องนำข้อมูลที่ระบุถึงความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า ข้อบกพร่อง ข้อได้เปรียบขององค์กร ต้นทุนการดำเนินการ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้รับบริการ และข้อมูลอื่นๆ นอกจากนี้บุคลากรที่ให้บริการต้องมีความพร้อมในการให้บริการให้สอดคล้องกับนโยบายขององค์กร ควรให้มีการพัฒนาทักษะและความรู้ให้แก่บุคลากรที่ให้บริการให้เกิดความชำนาญในการบริการ เพื่อส่งมอบการบริการให้ผู้รับบริการได้รับรู้

3. การกำหนดกลยุทธ์การบริการที่มีประสิทธิภาพ ผู้บริหารงานบริการจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนการบริการที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับเป้าหมายและทิศทางขององค์กร เช่น ด้านการบริหารการตลาด การควบคุมคุณภาพการบริการ รวมทั้งการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการอำนวยความสะดวกในการบริการ ด้านต่างๆ ปัจจุบันผู้ให้บริการนิยมนำแนวคิดด้าน “การบริหารเชิงกลยุทธ์” มาใช้โดยปรับเปลี่ยน

สภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานขององค์กรผู้ให้บริการให้สอดคล้องกับการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า นอกจากนี้องค์การผู้ให้บริการต่างตระหนักถึงบทบาทสำคัญของการสื่อสารต่อการสร้างความคาดหวังในการบริการของผู้รับบริการซึ่งเปรียบเสมือนการให้คำมั่นสัญญาในการบริการโดยจำเป็นที่จะต้องมีการสื่อสารอย่างเหมาะสมและตรงกับความเป็นจริง

4. การพัฒนาคุณภาพและความสัมพันธ์ในกลุ่มพนักงาน การพัฒนาบุคลากรในองค์กรผู้ให้บริการให้มีคุณภาพและปลูกฝังจิตสำนึกของการบริการซึ่งจะนำไปสู่ความพึงพอใจในการบริการอย่างแท้จริงนั้นจะต้องเริ่มจากการให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงานบริการก่อนอันดับแรก ในด้านความรับผิดชอบต่องานและผลตอบแทนที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถ การพัฒนาการให้ความรู้ความเข้าใจในความสำคัญของลูกค้า และความพยายามสนองตอบความต้องการของลูกค้าให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด การสนับสนุนการทำงานเป็นทีมในการนำเสนอบริการต่อลูกค้าอย่างเป็นระบบ การจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงานมีความจงรักภักดีต่อองค์กรและปฏิบัติงานเต็มความสามารถ ตลอดจนการสร้างสรรคกิจกรรมให้เกิดความกลมเกลียวและพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าอยู่ตลอดเวลา

5. การนำกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจต่อผู้รับบริการไปปฏิบัติและประเมินผล ผู้บริหารงานบริการจะต้องสร้างวัฒนธรรมองค์กรโดยมุ่งให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการบริการมีส่วนร่วมในการสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ พนักงานทุกคนต้องยึดหลักการทำหน้าที่เพื่อประโยชน์ของผู้รับบริการอันเป็นหัวใจสำคัญของการดำเนินงาน ตั้งแต่การกำหนดนโยบายการวางแผนจัดการ การออกแบบผลิตภัณฑ์บริการ รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการที่มุ่งไปสู่เป้าหมายของ “การสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการ” อย่างแท้จริง ทั้งนี้้องค์กรผู้ให้บริการจำเป็นต้องมีระบบหรือกลไกในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการประเมินผลกิจกรรมการให้บริการอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง เพราะข้อมูลดังกล่าวนอกจากจะนำมาใช้ปรับปรุงกลยุทธ์การบริการให้ดีขึ้นแล้วยังเป็นข้อมูลสำคัญในการชี้แนะให้เห็นถึงโอกาสในการนำเสนอบริการใหม่ๆ ตามความต้องการของผู้รับบริการได้

เอกสารอ้างอิง

องจิ่ง หลี. (2556). คุณภาพการบริการของบริษัทนำเที่ยวประเทศจีนที่มีผลต่อความไว้วางใจในบริษัทนำเที่ยวและความตั้งใจในการใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การศึกษาเฉพาะบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Gronroos, G.T. (1990). Service management and marketing: Managing the moment of truth in service competition. Lexington: Lexington books.

Hoyer, W. D. and MacInnis, D. J. (2001). Consumer Behaviour. 2nd ed. Boston Houghton Mifflin Company.

- Kano, N., Seraku, N., Takahashi, F. and Tsuji, S. (1984). Attractive quality and must-be quality. *Hinshitsu* 14(2), 147–156.
- Lovelock, C. and Wirtz, J. (2007). *Service marketing : people, technology, strategy*, seventh edition; Prentice Hall.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty?. *Journal of Marketing*. Vol. 63 pp. 33-44.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., and Berry, L.L. (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing* 49, (Fall), p.41-50.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring con-sumer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*. Vol 64 . pp 12-40.

การปรับปรุงประสิทธิภาพในการจัดเก็บวัสดุดิบ กรณีศึกษาธุรกิจการผลิต

The Quality Improvements of Warehouse Management: A Case Study of Production Business

ธนยศ กุลทอล

Tanayot Kulthon

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อลดระยะเวลาในการเคลื่อนย้ายวัสดุดิบและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเรียงวัสดุดิบ ของกรณีศึกษาบริษัท อ.เจ.ไทย จำกัด เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมคือ การเก็บรวบรวมข้อมูลการใช้งานจริงของวัสดุดิบ ทั้งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ ศึกษาปัญหาและสาเหตุของปัญหาโดยใช้แผนผังสาเหตุและผล ออกแบบกระบวนการทำงานใหม่โดยใช้หลักการ 5ส ไคเซ็น การควบคุมด้วยการมองเห็น คัมบัง และทฤษฎีของการจัดการคลังสินค้า กลยุทธ์ในการจัดเก็บและการวางแผนความต้องการวัสดุดิบ การวิจัยพบว่าการดำเนินการปรับปรุงโดยการนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ทำให้สามารถลดระยะเวลาการทำงานด้านต่างๆ ดังนี้ การเตรียมพื้นที่จัดเก็บ 20.10 นาที (คิดเป็น 94.36%), การโหลดงาน 18.60 นาที (คิดเป็น 60.20%), การนำเข้าไลน์การผลิต 18.50 นาที (คิดเป็น 50.27%), และการรับเข้าวัสดุดิบ 57.20 นาที (คิดเป็น 60.30%) และสามารถชี้พื้นที่ในการจัดเก็บได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

คำสำคัญ : กระดาษรองพาเลท; คลังสินค้า; การจัดเก็บ; วัสดุดิบ;

Abstract

The research aims to reduce the time of raw material transfer and increase the efficiency of material sorting in the case study of AJE Thai Co, Ltd. The tools used to collect primary and secondary data on the actual use of raw materials and the investigation of problems and their causes use cause-effect diagrams. Designing new work processes using 5S, Kaizen, visual control, Kanban, and theories of inventory management, warehouse strategies, and material requirements planning. The study found that by applying the theory, process time can be reduced in the following areas: Preparation of storage bin 20.10 minutes (94.36%), Loading 18.60 minutes (60.20%), Import into production line 18.50 minutes (equivalent to 50.27%) and

Receiving raw materials 57.20 minutes (equivalent to 60.30%), and the storage bin can be used more efficiently.

Keywords : Paper Plate; Warehouse; Storage; Raw Material;

บทนำ

ปัจจุบันมีผู้ประกอบการหลายราย ที่ผลิตน้ำอัดลมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งในการผลิตเป็นสินค้า นั้น ต้องมีการจัดเก็บวัตถุดิบเพื่อนำมาใช้ในกระบวนการผลิตสินค้า ฉะนั้นการจัดเก็บวัตถุดิบจึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญส่วนหนึ่งในการดำเนินการผลิตสินค้า โดยกระบวนการในคลังสินค้าทำหน้าที่ ในการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ การจัดวางผังคลังสินค้า การเลือกอุปกรณ์สำหรับใช้ในคลังสินค้า ได้แก่ การรับสินค้า การย้ายสินค้าออก การเลือกหยิบสินค้า การจัดส่ง และการจัดเก็บ เพื่อให้เกิดการจัดการคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งในปัจจุบันมักพบการใช้คลังสินค้าที่ไม่เต็มประสิทธิภาพ จึงทำให้สถานประกอบการขาดโอกาสในด้านต่างๆ เช่น ด้านลูกค้า ด้านความน่าเชื่อถือ เป็นต้น การเพิ่มประสิทธิภาพในคลังสินค้าจึงมีความจำเป็นมากเพราะจะทำให้สถานประกอบการสามารถ ลดระยะเวลา ลดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บสินค้าได้มากยิ่งขึ้น

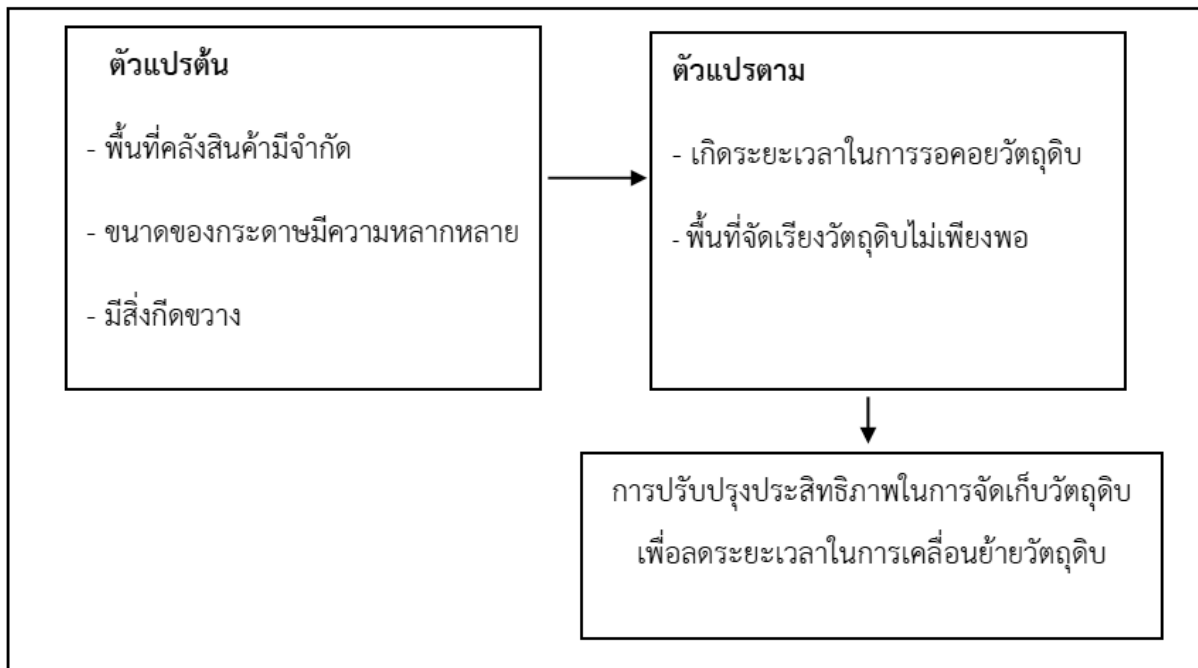
บริษัท อาเจไทย จำกัด ได้ดำเนินกิจการเกี่ยวกับการผลิตเครื่องดื่มน้ำอัดลม อาเจบิกโคล่าโดยมีการผลิตน้ำอัดลมหลากหลายรสชาติ เช่น cola, orange, strawberry เป็นต้น จึงทำให้แผนกคลังสินค้า วัตถุดิบ มีวัตถุดิบเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้เพียงพอต่อปริมาณการผลิตและกระดาษรองพาเลท (Paper Plate) ที่ใช้สำหรับรองสินค้าสำเร็จรูปในการบรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยลดความเสียหายจากการกระแทกซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักอีกอย่างหนึ่งที่มีการเบิกใช้ทุกวัน และมีหลายขนาด จึงจำเป็นต้องมีการใช้พื้นที่ในการจัดเก็บอย่างมาก ซึ่งในทางกลับกันพื้นที่จัดเก็บในปัจจุบันมีไม่เพียงพอ และมีการจัดเก็บไม่เป็นระเบียบ ไม่มีป้ายบ่งบอกชัดเจน มีการจัดเรียงประเภทกระดาษปะปนกันรวมถึงมีการนำสินค้าสำเร็จรูป พาเลทไม้ มาวางขวางกระดาษรองพาเลท ส่งผลให้เมื่อมีการจ่ายวัตถุดิบ ใช้เวลานานในการเคลื่อนย้ายและเสียเวลานานในการค้นหาวัตถุดิบ

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงจัดทำโครงการ การปรับปรุงประสิทธิภาพในการจัดเก็บวัตถุดิบเพื่อลดระยะเวลาในการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบขึ้นเพื่อช่วยลดปัญหาในการจัดเรียงสินค้าที่ไม่เป็นระบบและลดระยะเวลาในการหยิบกระดาษไปใช้งาน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อลดระยะเวลาในการเคลื่อนย้ายกระดาษรองพาเลท (Paper Plate)
2. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเรียงวัตถุบับในคลังวัตถุบับ

กรอบแนวคิด



ที่มา: สุนนทา ศิริเจริญวัฒน์ (2555)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุนนทา ศิริเจริญวัฒน์. (2555). ได้ทำการศึกษาเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า กรณีศึกษา บริษัท ภูมิไทย คอมพิวเตอร์ จำกัด โดยมีวัตถุประสงค์คือ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการคลังสินค้า โดยแก้ไขสินค้าบางอย่างหมดอายุการรับประกันจากการสั่งซื้อวัตถุบับเกินเนื่องจากการหาวัตถุบับไม่พบจากการจัดเก็บไม่ถูกต้อง เพื่อจัดผังการวางของสินค้าในคลังสินค้าใหม่ให้เป็นหมวดหมู่และจะต้องมีป้ายกำกับบอกชนิดของสินค้า แก้ปัญหาจากการที่ไม่ได้มีการตรวจนับสินค้า จัดระบบของปัญหาการไม่ปฏิบัติงานตามขั้นตอน ปรับปรุงระบบงานเดิม รวมไปถึงเอกสารอ้างอิงต่างๆในส่วน of คลังสินค้า

อรุณิชา อนุชิตชาญชัย.(2554).ได้ทำการศึกษาเรื่องการปรับปรุงคลังสินค้าและระบบจัดเก็บ กรณีศึกษา : ผู้ให้บริการคลังสินค้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพของระบบการจัดเก็บสินค้าภายในคลัง

ให้ดีขึ้นอีกทั้งยังสามารถช่วยให้กระบวนการทำงานรวดเร็วขึ้น ในเรื่องการลดเวลาในการค้นหาสินค้าและความสะดวกในการค้นหาสินค้า การลดความผิดพลาดในการหยิบสินค้า

ระเบียบวิธีการวิจัย

โครงการวิจัย การปรับปรุงประสิทธิภาพในการจัดเก็บวัตถุดิบ เพื่อลดระยะเวลาในการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ผู้วิจัยได้ดำเนินโครงการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

- 1.ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของแผนกคลังสินค้าวัตถุดิบ
- 2.ศึกษาปัญหาที่พบในแผนกคลังสินค้าวัตถุดิบ
- 3.ค้นหาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นโดยวิเคราะห์ปัญหาจาก แผนผังก้างปลา
- 4.เก็บข้อมูลพื้นฐานก่อนการดำเนินการปรับปรุง ได้แก่

- การเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) การใช้งานจริงของกระดาษ Paper Plate ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2563 ถึงเดือนธันวาคม 2563 และ Code กระดาษรองพาเลทที่ต้องการศึกษา

- การเก็บข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ จำนวนการรับ-จ่ายกระดาษรองพาเลทของแต่ละวันให้แก่อายการผลิตในแต่ละวัน และจับเวลาการรับ-จ่ายกระดาษรองพาเลท

- 5.การวางแผนการลดระยะเวลาและความซับซ้อนในการหยิบกระดาษ
- 6.การเก็บข้อมูลหลังการเปลี่ยนแปลง
- 7.การสร้างตารางโดยโปรแกรม Microsoft Excel เพื่อเปรียบเทียบเวลาในการหยิบกระดาษไปใช้งาน

- 8.สรุปผลรายงานการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์

เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการดำเนินการดังนี้ การสร้างตารางเพื่อเปรียบเทียบเวลาในการหยิบกระดาษไปใช้งาน และการสร้างกราฟเปรียบเทียบก่อนและหลังการปรับปรุง ด้วยโปรแกรม Ms Excel

สถานที่ดำเนินการเก็บข้อมูล : คลังสินค้าวัตถุดิบของบริษัท อาเจไทย จำกัด

ผลการวิจัย

ผลการดำเนินการปรับปรุงประสิทธิภาพในการจัดเก็บวัตถุติด เพื่อลดระยะเวลาในการเคลื่อนย้ายวัตถุติดมีทั้งหมด 4 ขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของแผนกคลังสินค้าวัตถุติด
2. ศึกษาปัญหาที่พบในแผนกคลังสินค้าวัตถุติด
3. ค้นหาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นโดยวิเคราะห์ปัญหาจาก แผนผังก้างปลา
4. ดำเนินการเก็บข้อมูลที่ต้องการศึกษาและปรับปรุง

ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของแผนกคลังสินค้าวัตถุติด

ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของวัตถุติด (กระดาษรองพาเลท) โดยเก็บข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากแผนกคลังสินค้าวัตถุติด เกี่ยวกับประเภทและปริมาณการใช้ของกระดาษรองพาเลทที่มีการนำไปใช้กับเครื่องตีม้วนอัดลมชนิดต่างๆ

การเก็บข้อมูลการรับเข้ากระดาษรองพาเลทเดือน กรกฎาคม-ธันวาคม 2563 และการใช้กระดาษรองพาเลทในเดือน กรกฎาคม-ธันวาคม 2563 ของแผนกคลังสินค้าวัตถุติด ดังตารางที่ 1 และ 2

Code	ชื่อสินค้า	ก.ค.63	ส.ค.63	ก.ย.63	ต.ค.63	พ.ย.63	ธ.ค.63
8572	Paper Plate 1200*1060*3MM	133704	58727	90042	105176	68851	78504
14822	Paper Plate 1220*1080*3MM	140010	106395	189881	119416	122783	84204
14887	Paper Plate 1150*1020*3MM	125723	62433	107787	115054	70713	60821
17986	Paper Plate 900*1080*3MM	73781	35165	55362	47396	44907	44365
23257	Paper Plate 900*1430*3MM	23309	5331	16448	12940	13720	15137
23258	Paper Plate 900*1060*3MM	10521	6596	3757	15844	5607	2652

24336	Paper Plate 1260*1060*3MM	44385	86216	83928	75628	57286	93886
-------	------------------------------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

ตาราง 1 จำนวนการรับเข้ากระดาษรองพาดูเดือน กรกฎาคม-ธันวาคม 2563

Code	ชื่อสินค้า	ก.ค.63	ส.ค.63	ก.ย.63	ต.ค.63	พ.ย.63	ธ.ค.63
8572	Paper Plate 1200*1060*3MM	133704	58727	90042	105176	68851	78504
14822	Paper Plate 1220*1080*3MM	140010	106395	189881	119416	122783	84204
14887	Paper Plate 1150*1020*3MM	125723	62433	107787	115054	70713	60821
17986	Paper Plate 900*1080*3MM	73781	35165	55362	47396	44907	44365
23257	Paper Plate 900*1430*3MM	23309	5331	16448	12940	13720	15137
23258	Paper Plate 900*1060*3MM	10521	6596	3757	15844	5607	2652
24336	Paper Plate 1260*1060*3MM	44385	86216	83928	75628	57286	93886

ตาราง 2 จำนวนการใช้กระดาษรองพาดูในเดือน กรกฎาคม-ธันวาคม 2563

การศึกษากระบวนการค้นหาวัตถุดิบ

ลักษณะของคลังสินค้ามีการจัดเก็บวัตถุดิบหลากหลายประเภทโดยวางรวมกันและในบางครั้งจะมีการนำสินค้าสำเร็จรูปมาใช้พื้นที่ร่วมด้วย และในส่วนที่ได้ศึกษาปัญหาและปรับปรุงจัดการจัดเก็บวัตถุดิบ คือด้านการเก็บกระดาษรองพาดู สำหรับวางสินค้าสำเร็จรูป การศึกษาปัญหาจะศึกษา 2 ส่วน ด้วยกัน ส่วนแรกคือ การค้นหาวัตถุดิบ (กระดาษรองพาดู) ส่งไปยังไลน์การผลิตแต่ละช่วงการผลิต และส่วนที่สอง คือ การรับวัตถุดิบจากซัพพลายเออร์ เพื่อนำมาจัดเก็บเข้าสู่คลังสินค้า เพื่อใช้สำหรับสนับสนุนการผลิตต่อไป

1. ศึกษาเวลาในแต่ละขั้นตอน (จากการจับเวลาโดยตรง)

1.1 การศึกษาเวลาดำเนินการค้นหาในส่วนที่ 1 การค้นหาวัตถุระเบิด (กระดาศรองพาเลข) ไปยังไลน์การผลิต กระดาศรองพาเลขจำนวน 1 พาเลข มีกระดาศ 500 แผ่น ที่มีขั้นตอนแสดงการจับเวลา ในตารางที่ 3 และมีแผนกาไหลของวัตถุระเบิด (กระดาศรองพาเลข) ส่งไปยังไลน์การผลิต ดังแสดงในรูปภาพที่ 1

เวลาในการทำงาน (นาที)											เวลาเฉลี่ย
ครั้งที่	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ก่อนการปรับปรุง	22	18	24	29	16	21	25	18	19	21	21.3

ตาราง 3 เวลาการนำกระดาศเข้าไลน์การผลิต

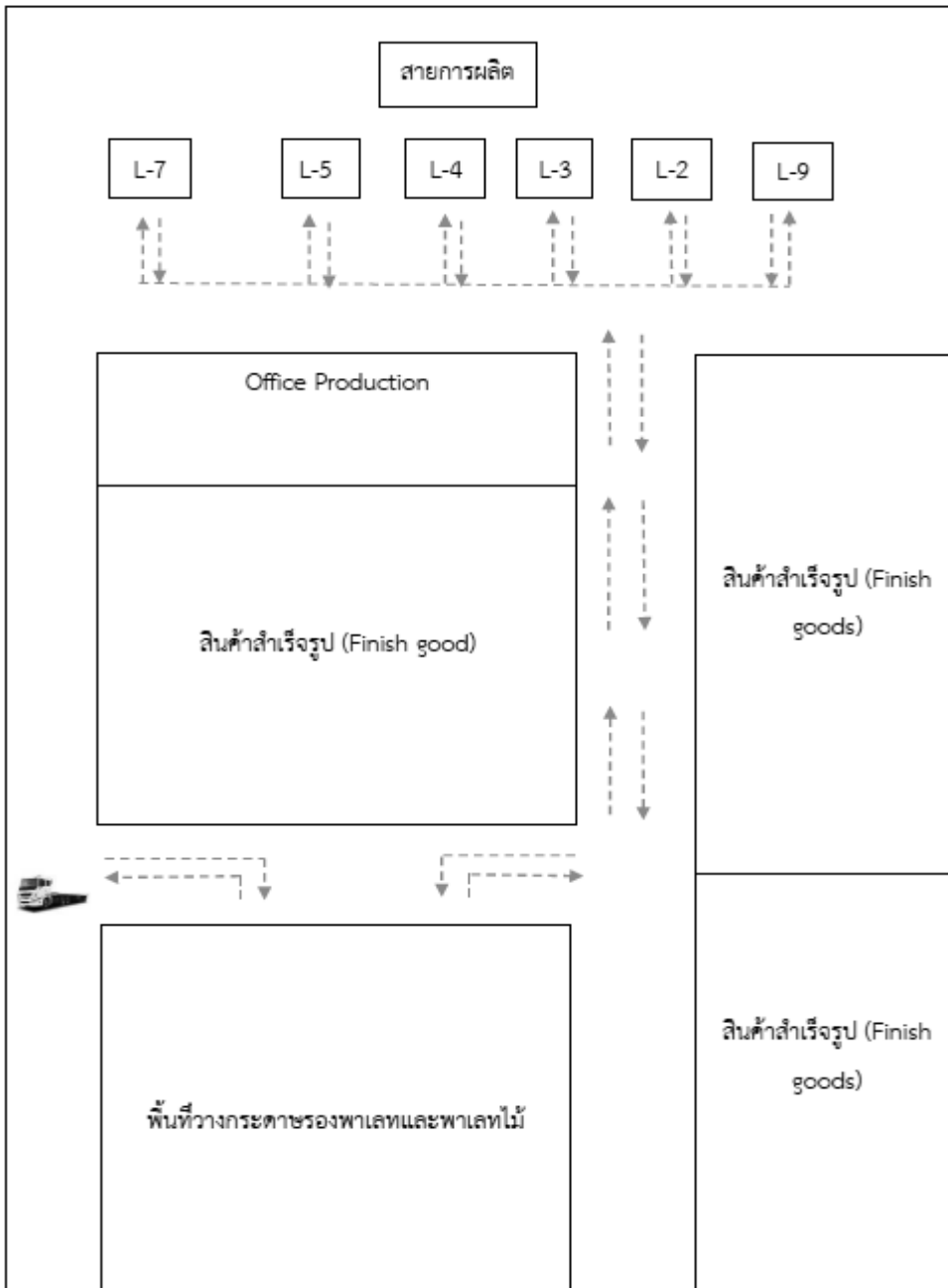
1.2 การศึกษาเวลาดำเนินการค้นหาในส่วนที่ 2 การรับวัตถุระเบิดจากการจัดส่ง เพื่อนำเก็บเข้าสู่คลังสินค้า โดยมีขั้นตอนแสดงการจับเวลา ในตารางที่ 4 ตารางที่ 5 และมีแผนผังการไหลของวัตถุระเบิด (กระดาศรองพาเลข) จากรถขนส่งไปยังพื้นที่คลังสินค้า ดังแสดงในรูปภาพที่ 1

เวลาในการทำงาน (นาที)											เวลาเฉลี่ย
ครั้งที่	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ก่อนการปรับปรุง	28	31	33	28	29	33	32	35	29	31	30.9

ตาราง 4 เวลาในการเตรียมพื้นที่การจัดเก็บ

เวลาในการทำงาน (นาที)											เวลาเฉลี่ย
ครั้งที่	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ก่อนการปรับปรุง	45	32	26	33	42	34	37	39	36	44	36.8

ตาราง 5 เวลาการรับกระดาศเข้ามาจัดเก็บ



ภาพที่ 1 แผนผังการไหลของวัสดุขีป (กระดาษรองพาเลท

-----> (ลูกศรสีส้ม) คือ การรับวัสดุขีปมาจัดเก็บเข้าสู่ คลังสินค้า

-----> (ลูกศรสีเขียว) คือ การนำวัสดุขีปนำจ่ายในไลน์การผลิต

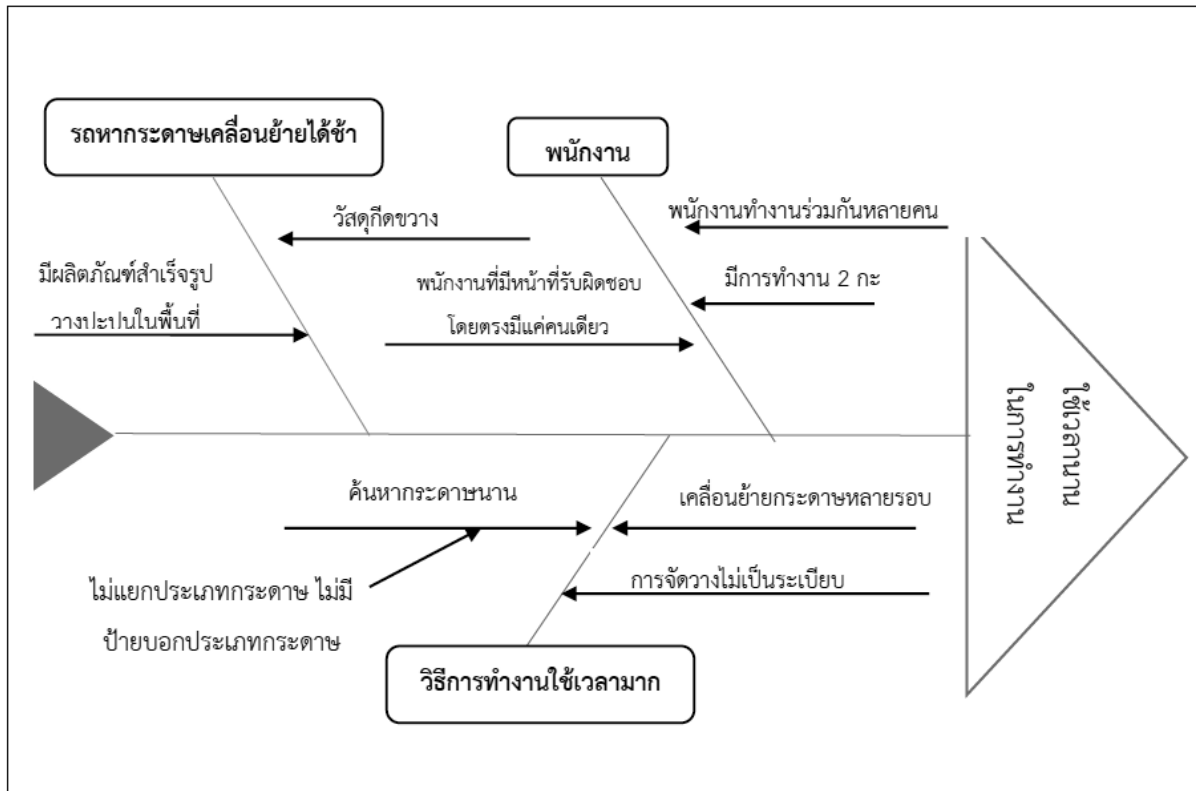
ศึกษาปัญหาที่พบในแผนกคลังสินค้าวัสดุขีป

ปัญหาที่พบส่วนใหญ่ในแผนกคลังสินค้า ของส่วนกระดาษรองพาเลทสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ขนาดของกระดาษรองพาเลทมีขนาดใกล้เคียงกัน

2. พนักงานนำกระดาษรองพาเลทที่มีขนาดแตกต่างกันมาวางปะปนกัน
3. การใช้พื้นที่ในการจัดเก็บไม่เต็มประสิทธิภาพ

ค้นหาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นโดยวิเคราะห์ปัญหาจาก แผนผังก้างปลา



ภาพที่ 2 ค้นหาสาเหตุของปัญหาจากแผนผังก้างปลา

ในการปฏิบัติงานในการรับวัตถุดิบเข้าคลังและการจ่ายวัตถุดิบจากการค้นหาสาเหตุโดยวิเคราะห์ปัญหาจาก แผนผังก้างปลา แบ่งสาเหตุของปัญหาเป็น 3 ส่วน ได้แก่

- ส่วนที่ 1 พนักงาน (Man)
- ส่วนที่ 2 เครื่องจักร (Machine)
- ส่วนที่ 3 วิธีการทำงาน (Method)

โดยจะดำเนินการปรับปรุง ในส่วนที่ 2 เครื่องจักร และส่วนที่ 3 วิธีการทำงานดังนี้

ส่วนที่ 2 เครื่องจักร (Machine) มีปัญหา คือ ในการรับ-จ่ายวัตถุดิบ รถโฟล์คลิฟเคลื่อนไหวได้ช้า เนื่องจากมีสิ่งกีดขวาง เช่น สินค้าสำเร็จรูป พาเลทไม้ ตะแกรง เป็นต้นโดยได้ดำเนินการปรับปรุงโดยใช้ระบบการควบคุมแบบ 5 ส.

จุดประสงค์	วิธีการ	จุดเน้น
การสร้างมาตรฐาน	สะสาง	ก่อนรับวัตถุดิบเข้าคลัง ต้องมีการเคลียร์พื้นที่ให้เรียบร้อย
	สะดวก	จัดพื้นที่ให้มีความสะดวกในการปฏิบัติงาน ในการยกสินค้าเข้าจัดเก็บและนำจ่ายสู่สายการผลิต
การรักษามาตรฐาน	สะอาด	พื้นที่ในคลังสะอาด ปราศจากสิ่งแปลกปลอมหรือสิ่งกีดขวาง เช่น ขยะ เป็นต้น เพื่อสร้างบรรยากาศในการทำงานที่ดี
การปรับปรุงมาตรฐาน	สุจริตลักษณะ	มีการตรวจสอบคุณภาพของวัตถุดิบอยู่เสมอ ค้นหาปัญหาเพื่อแก้ไข
	สร้างนิสัย	มีการปฏิบัติสม่ำเสมอ เพื่อสร้างนิสัยในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง และมีการปรับปรุงแก้ไขสิ่งที่มีปัญหาอยู่เสมอ

ตาราง 6 การควบคุมแบบ 5 ส.

การใช้หลักการ 5 ส. ในพื้นที่จัดเก็บครั้งนี้เนื่องจากต้องการให้ 5 ส. มาเป็นเครื่องมือในการช่วยจัดความเป็นระเบียบ ความสะอาด ภายในพื้นที่จัดเก็บ จากการเก็บข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องได้ข้อสรุปว่า ต้องทำการกำหนดนโยบายเพื่อให้พนักงานมีวัตถุประสงค์เดียวกัน และในพื้นที่จัดเก็บ จัดทำแบบฟอร์มเพื่อใช้ในการตรวจเช็คและมีการประเมิน ความเป็นระเบียบ ความสะอาด โดยใช้วิธี 5 ส. มาเป็นแนวทางในการตรวจเช็ค

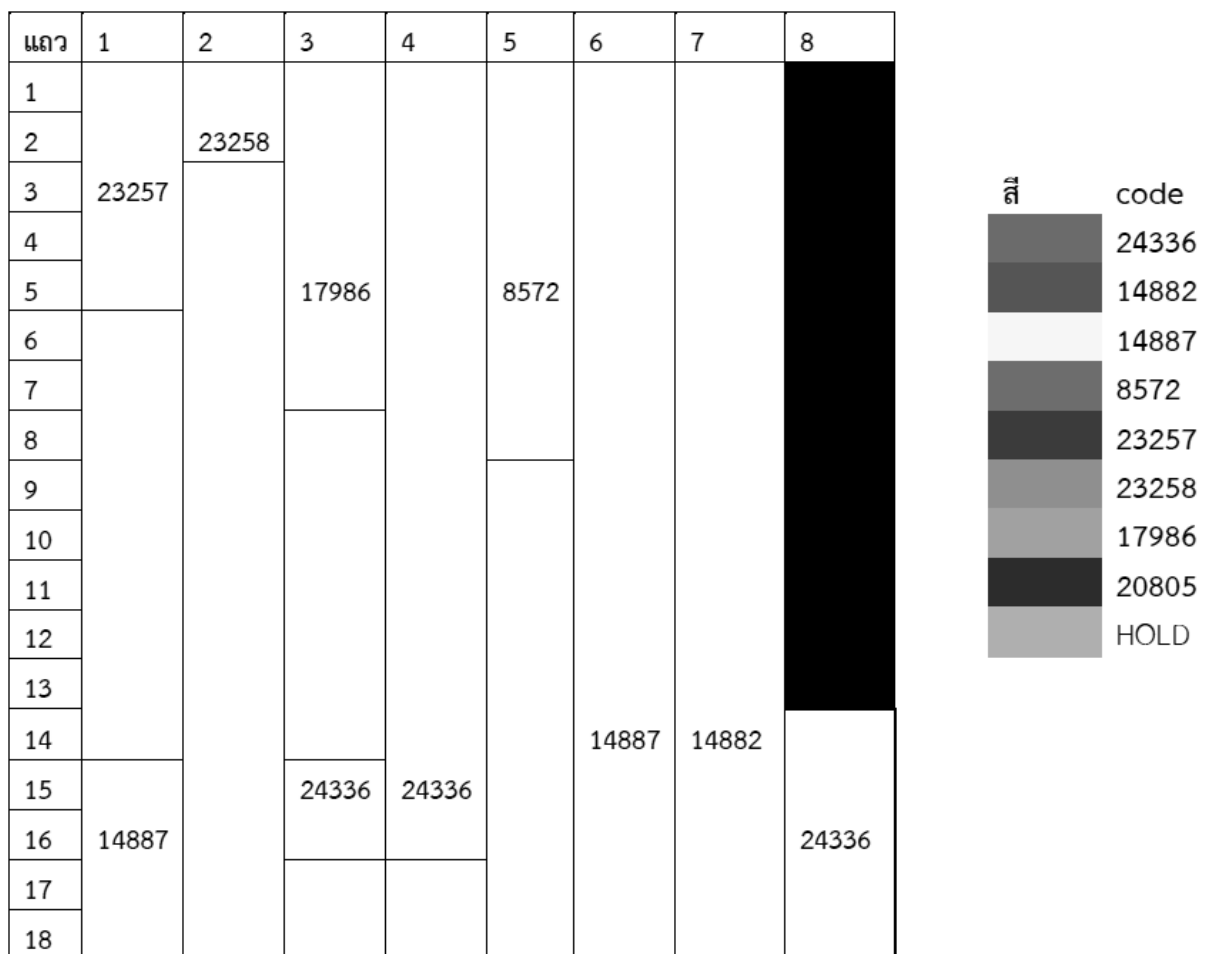
ส่วนที่ 3 วิธีการทำงาน ปัญหาคือ มีการจัดเก็บวัตถุดิบไม่เป็นระเบียบ โดยไม่มีการจัดเรียงวัตถุดิบตามรหัสสินค้า และไม่มีป้ายบ่งบอกถึงขนาดของกระดาษรองพาเลท รวมถึงไม่มีแลคเซ็นห่อหุ้มกระดาษ ทำให้เมื่อถึงเวลาจ่ายงาน มีการเคลื่อนย้ายกระดาษหลายรอบ ค้นหากระดาษได้ช้า ส่งผลให้เกิดการทำงานช้าโดยได้ดำเนินการปรับปรุงมีการเก็บข้อมูล ดังนี้

การปรับปรุงโดยใช้การควบคุม โดยสายตา Visual Control

การกำหนดจำนวนกระดาษในแต่ละมัดให้มีจำนวนมัดละ 20 แผ่น และจำนวนกระดาษแต่ละพาเลทให้มีจำนวน 500 แผ่น โดยมีการคำนึงถึงความสะดวกและความปลอดภัยในการทำงานของพนักงาน และมีการนำป้ายบอกรหัส ขนาด วันที่ผลิต ของกระดาษรองพาเลทมาติดไว้ เนื่องจากปัญหาเดิมคือ ไม่มีป้ายที่บ่งบอกถึงชนิด ขนาดของกระดาษรองพาเลทที่ชัดเจน จากการทำป้ายได้ช่วยให้พนักงานได้ทำการค้นหาวัตถุดิบ (กระดาษรองพาเลท) ได้สะดวกมากยิ่งขึ้นและยังสามารถลดระยะเวลาการทำงาน of พนักงานได้อีกด้วย

การปรับปรุงโดยวิธีการใช้คัมบังประยุกต์

การใช้คัมบังมาประยุกต์ใช้ในการเก็บวัตถุดิบ(กระดาษรองพาลาท) นี้คือ การทำแผงผังในการจัดวางและการจัดเก็บวัตถุดิบ (กระดาษรองพาลาท) เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา โดยจัดทำกรจำลองรูปแบบในแผนการจัดเก็บวัตถุดิบ(กระดาษรองพาลาท) มีรายละเอียดของชนิดของกระดาษรองพาลาท ติดตามตำแหน่งที่อยู่ในผัง เพียงแต่จำลองเข้ามาอยู่ในแบบฟอร์ม โดยการกำหนดกระดาษรองพาลาทออกเป็นแต่ละสี ช่องว่างที่ไม่มีสีจะแสดงถึงช่องว่างของกระดาษรองพาลาทในพื้นที่จัดเก็บโดยกระดาษชนิดนั้นได้ถูกการใช้งาน คือพนักงานได้นำไปสู่ไลน์การผลิต ดังแสดงในภาพที่ 3

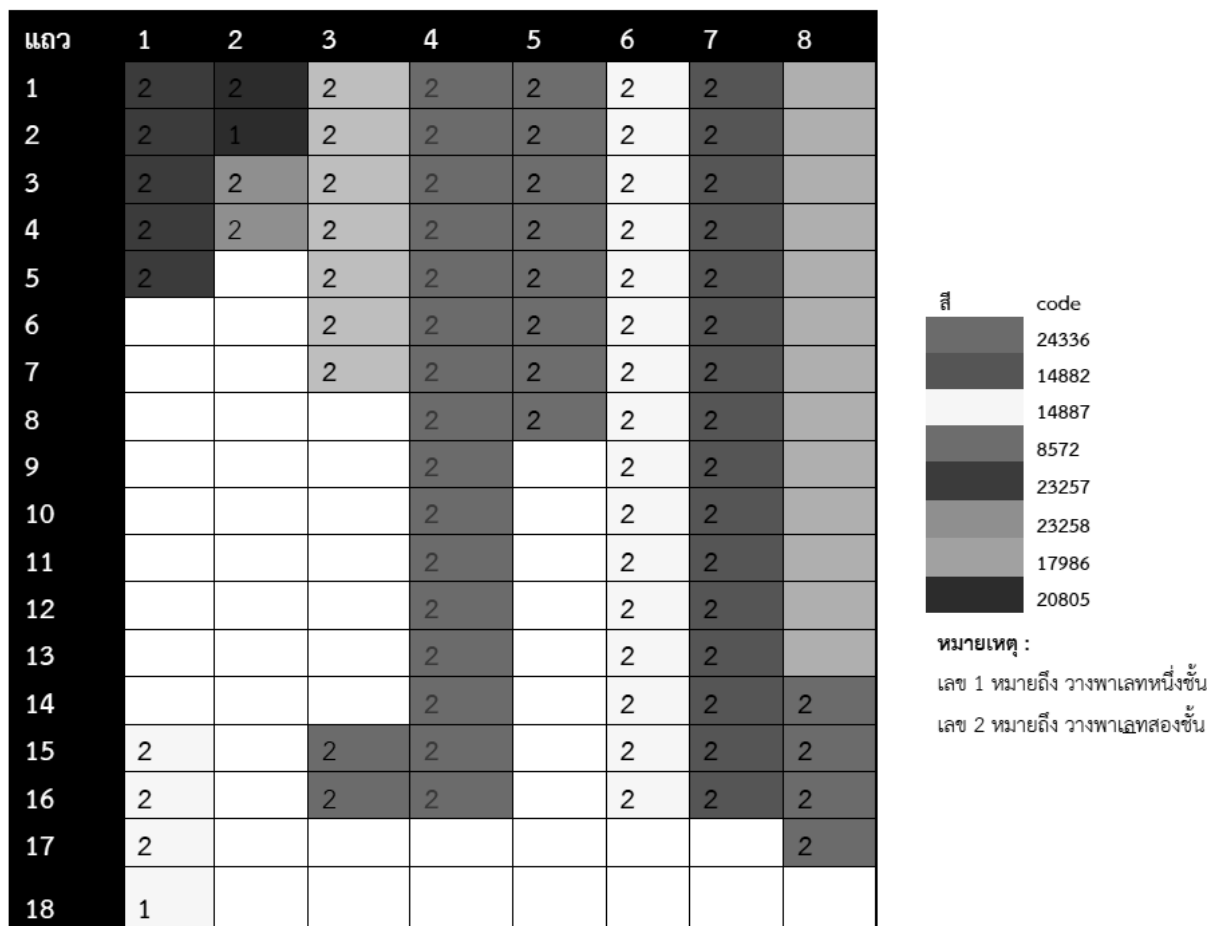


ภาพที่ 3 แบบฟอร์มแสดงตำแหน่งการจัดวาง

การกำหนดพื้นที่การจัดเก็บ

การใช้งานกระดาษรองพาลาท แต่ละชนิดมีความต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละไลน์การผลิตและในแต่ละสินค้าสำเร็จรูป จึงมีการนำไปใช้งานที่แตกต่างกัน ตามตารางที่ 7 การใช้กระดาษรองพาลาทเพื่อสนับสนุนการผลิตบางขนาดมีการใช้งานทุกวันและมีบางขนาดที่มีการใช้งานไม่บ่อย จึงต้องมีการวางใน

พื้นที่ที่ต้องเคลื่อนย้ายน้อยที่สุด และในส่วนของขนาดของกระดาดรองพาเลทที่มีการใช้งานทุกวันจะต้องอยู่ในพื้นที่ที่สามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวกต่อการจัดเก็บและนำจ่ายได้สะดวกแก่พนักงานมากขึ้นตามภาพที่ 4



ภาพ 4 แสดงการจัดเก็บวัตถุบิดตามการนำไปใช้

หลักการกำหนดพื้นที่การจัดเก็บ

Code	การกำหนดพื้นที่การจัดเก็บ
8572	เป็นกระดาดรองพาเลทที่มีความต้องการใช้บ่อยครั้ง ดังนั้นจึงจัดให้อยู่ในแถวเดียว
14822	เป็นกระดาดรองพาเลทที่ใช้กับน้ำอัดลมขนาด 465 ml. ซึ่งมีการผลิตบ่อยครั้ง จึงมีความต้องการใช้กระดาดรองพาเลทจำนวนมาก ดังนั้นจึงจัดให้อยู่ในแถวเดียวและต้องไม่มีกระดาดรองพาเลทชนิดอื่นๆ มาวางซ้อนด้านหน้า
14887	จัดแบบเต็มแถวยาว 1 แถว และอีกครั้งแถววางไว้ด้านหน้า Code 23257 เนื่องจาก Code 23257 เป็นกระดาด Cover Plate ซึ่งไม่ได้เคลื่อนย้ายทุกวันต่างจาก Code 14887 ที่มีการ

	ใช้บ่อยครั้งมาก หากจะนำ Code 23257 ออกมาใช้งานก็ไม่จำเป็นที่จะต้องเคลื่อนย้าย Code 14887 ออกไปวางตำแหน่งอื่น
17986	เป็นกระดาษพาเลทใช้กับน้ำอัดลมขนาด 3100 ml. และเป็นกระดาษ Cover Plate ที่มีการใช้กับน้ำดื่มและน้ำอัดลมอีกหลายๆ ขนาด แต่มีการใช้งานที่ไม่มาก ดังนั้นจึงจัดให้อยู่ด้านในสุดและจัดให้ Code 24336 มาวางซ้อนด้านหน้าได้ เพราะ Code 24336 มีความต้องการใช้บ่อยครั้ง
23257	เป็นกระดาษ Cover Plate การใช้งานไม่บ่อยครั้ง จึงนำไว้ด้านในสุดของพื้นที่และหลังสุดของกระดาษรองพาเลทขนาดอื่นๆ
23258	เป็นกระดาษ Cover Plate การใช้งานไม่บ่อยครั้ง จึงนำไว้ด้านในสุดของพื้นที่และหลังสุดของกระดาษรองพาเลทขนาดอื่นๆ
24336	เป็นกระดาษรองพาเลทที่ใช้กับน้ำดื่มขนาด 1500 ml. และเครื่องดื่มชากรีนที่ขนาด 400 ml. มีความต้องการใช้ทุกวันทำให้ต้องมีการเคลื่อนไหวบ่อยมากและสามารถวางซ้อนไว้หน้ากระดาษประเภทอื่นได้

ตาราง 7 หลักการในการจัดเก็บ

จากการดำเนินการปรับปรุงจากปัญหาดังกล่าว เพื่อลดระยะเวลาในการหยิบกระดาษรองพาเลท (Paper Plate) ไปใช้งานและเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเรียงวัตถุในคลังวัตถุ มีการปรับปรุงดังต่อไปนี้

1. การนำระบบ 5 ส. มาประยุกต์ใช้ในคลังวัตถุให้สามารถทำงานสะดวกมากขึ้น
2. การควบคุมด้วยการมองเห็น โดยมีป้ายที่บ่งบอกประเภทของกระดาษรองพาเลท
3. ระบบกัมบัง มาประยุกต์ใช้ในตำแหน่งของกระดาษรองพาเลท
4. การกำหนดพื้นที่จัดเก็บ โดยจัดเก็บแบบตำแหน่งไม่ตายตัว เพื่อใช้พื้นที่จัดเก็บให้เกิด

ประสิทธิภาพ โดยมีการใช้ MS Excel มาช่วย โดยใช้สื่อบอกถึง Code ของกระดาษรองพาเลทแต่ละประเภทสามารถบอกถึงจำนวนวัตถุคงเหลือ พื้นที่จัดเก็บคงเหลือได้อย่างง่าย พบว่า เวลาในการเคลื่อนย้ายวัตถุ (กระดาษรองพาเลท) ทั้งเวลาในการจัดเตรียมพื้นที่การจัดเก็บ การรับ-การจ่ายกระดาษรองพาเลทลดลง และพื้นที่จัดเก็บสามารถใช้พื้นที่ได้อย่างคุ้มค่า ทราบตำแหน่งของวัตถุได้ดีขึ้น

เวลาในการทำงาน (นาที)											เวลาเฉลี่ย
ครั้งที่	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ก่อน	22	18	24	29	16	21	25	18	19	21	21.3
หลัง	0	0	0	0	6	0	6	0	0	0	1.2

ตาราง 8 เวลาการจ่ายกระดาษรองพาเลท

เวลาในการทำงาน (นาที)											เวลาเฉลี่ย
ครั้งที่	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ก่อน	28	31	33	28	29	33	32	35	29	31	30.9
หลัง	11	12	16	11	12	12	13	13	12	11	12.3

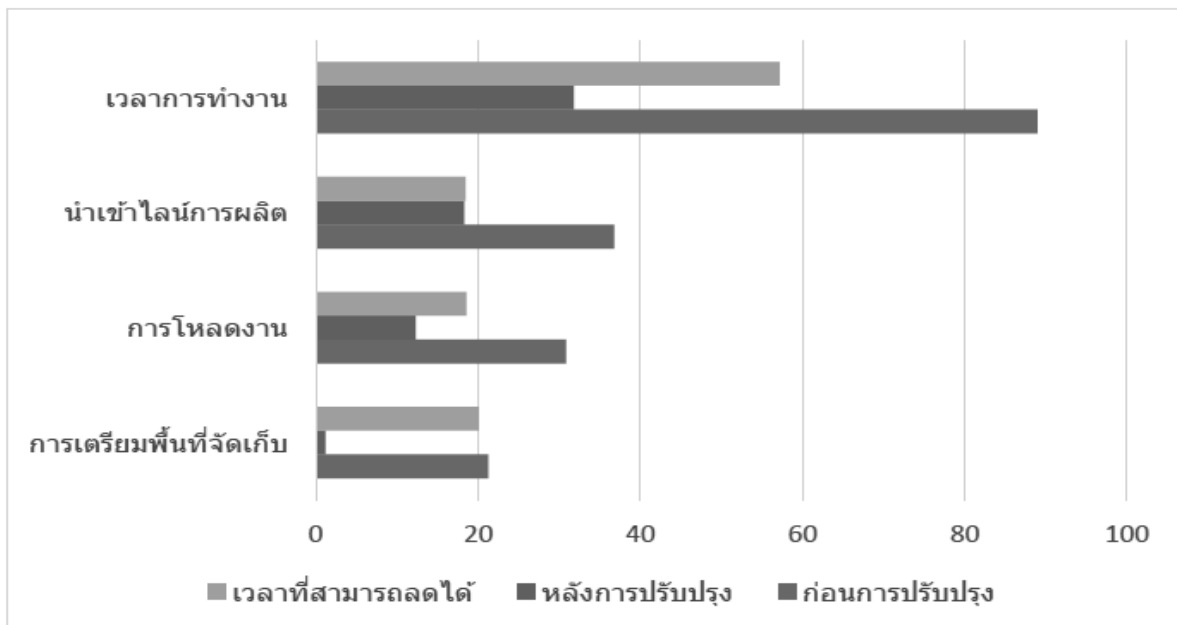
ตาราง 9 เวลาการจัดเตรียมพื้นที่การจัดเก็บ

เวลาในการทำงาน (นาที)											เวลาเฉลี่ย
ครั้งที่	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
ก่อน	45	32	26	33	42	34	37	39	36	44	36.8
หลัง	15	18	17	22	13	25	16	16	22	19	18.3

ตาราง 10 เวลาการรับกระดาษรองพาเลท

ขั้นตอนการทำงาน	เวลาก่อนปรับปรุง	เวลาหลังปรับปรุง	เวลาที่ลดลง
การเตรียมพื้นที่การจัดเก็บ	21.30 นาที	1.20 นาที	20.10 นาที
การรับวัสดุดิบ	30.90 นาที	12.30 นาที	18.60 นาที
การนำเข้าไลน์การผลิต	36.80 นาที	18.30 นาที	18.50 นาที
รวมเวลา	89.00 นาที	31.80 นาที	57.20 นาที

ตาราง 11 เปรียบเทียบเวลาการทำงานก่อน-หลังการปรับปรุง



รูปภาพ 5 กราฟเปรียบเทียบเวลาก่อน-หลังการปรับปรุง

บทสรุป

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อลดระยะเวลาในการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ (กระดาษรองพาดเลท) และเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเรียงวัตถุดิบในคลังวัตถุดิบ

โดยจากการได้ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น และศึกษาปัญหาดังกล่าว ได้มีการนำทฤษฎีการควบคุมแบบ 5ส, การควบคุมด้วยสายตา (Visual Control), คัมบัง และการกำหนดพื้นที่จัดเก็บแบบตำแหน่งไม่ตายตัว มาประยุกต์ใช้เพื่อช่วยให้สามารถแก้ไขปัญหาลดเวลาการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบที่ล่าช้าและเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บวัตถุดิบได้เป็นอย่างดี

จากการดำเนินการปรับปรุงโดยการนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้ ทำให้สามารถลดระยะเวลาการทำงาน ด้านต่างๆ ดังนี้ การเตรียมพื้นที่จัดเก็บ 20.10 นาที (คิดเป็น 94.36%), การไหลลงงาน 18.60 นาที (คิดเป็น 60.20%), การนำเข้าไลน์การผลิต 18.50 นาที (คิดเป็น 50.27%), และการรับเข้าวัตถุดิบ 57.20 นาที (คิดเป็น 60.30%) และสามารถใช้เวลาในการจัดเก็บได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. บริษัทควรมีการปรับปรุงประสิทธิภาพในส่วนพื้นที่คลังสินค้าวัตถุดิบ (กระดาษรองพาดเลท) อย่างต่อเนื่องเพื่อให้พื้นที่ของคลังสินค้ามีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลให้การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ (กระดาษรองพาดเลท) มีการเคลื่อนย้ายได้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น
2. วัตถุดิบ (กระดาษรองพาดเลท) มีวันหมดอายุ หากในอนาคตมีการเพิ่มพื้นที่การจัดเก็บ ก็สามารถใช้การจัดการพื้นที่แบบ First in First out (FIFO)

เอกสารอ้างอิง

Kris Piroj. Kanban คืออะไร? ระบบคัมบัง แบบเข้าใจง่ายๆ. (14 มีนาคม 2563). สืบค้นจาก

<https://greedisgoods.com/kanban-คือ/#how-kanban-work>.

กฤษชัย อนุธรรมณี. (2548). "Kaizen" แนวคิดนี้ ไม่เก่าเลย. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยบูรพา, 17, 1-4

ประชาสรรณ์ แสนภักดี. ผังก้างปลา กับ แผนภูมิความคิด. (12 พฤษภาคม 2563). สืบค้นจาก

<http://www.prachasan.com/mindmapknowledge/fishbonemm.htm>.

วิทยา อินทร์สอน. (2552). การควบคุมด้วยการมองเห็น เพื่อช่วยเพิ่มผลิตภาพ (Visual Control for Productivity). (4 มิถุนายน 2563). สืบค้นจาก

<http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=221§ion=4&issues=13>.

สุนันทา ศิริเจริญวัฒน์. (2555). การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า กรณีศึกษา บริษัทภูมิไทย คอมพิวเตอร์ จำกัด. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. กรุงเทพฯ.

อดิศักดิ์ ธีรานุพัฒนา. (2561). 5ส: หลักการและวิธีปฏิบัติ 5S: Principles & Practice. กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อรณิชา อนุชิตชาญชัย. (2554). การปรับปรุงคลังสินค้าและระบบจัดเก็บ กรณีศึกษา: ผู้ให้บริการคลังสินค้า. คณะวิศวกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีมหานคร. กรุงเทพฯ.

การพัฒนาแบบจำลองดัชนีชี้วัดผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับชุมชนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากจากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

The Development Indicator Model of a Village Gross Domestic Product (GDP_v) to Strengthen the Foundation Economy from Sustainable Community Based Tourism Development

นพดล จินดาธรรม, พิพัฒน์ ยอดพฤติการ, พิติรัตน์ วงศ์สุทินวัฒนา, ภาณุ อัครพรमितชัย, จินตนา จันสน
Nophadon Jindatham, Pipat Yodprudtikan, Phitirat Wongsutinwattana, Panu
Aussawaporamitchai, Jintana Junson

สถาบันไทยพัฒนา

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษา วิเคราะห์และจัดทำเครื่องมือแบบจำลองดัชนีชี้วัดผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับชุมชน (Village Gross Domestic Product: GDP_v) จากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) ดำเนินการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับชุมชนจากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่จะนำไปสู่การกำหนดนโยบายในการลดช่องว่างของรายได้ระหว่างครัวเรือน 3) เสนอแนะแนวทางและนโยบายการยกระดับรายได้ชุมชน และการลดความเหลื่อมล้ำให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในอนาคต โดยทำการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับชุมชนจากแบบจำลองที่ได้พัฒนาขึ้นได้แก่ การใช้จ่ายเพื่อการบริโภค การลงทุนในชุมชน การใช้จ่ายงบประมาณท้องถิ่น การนำเข้าและการส่งออกสินค้าบริการของชุมชน และนำไปเก็บข้อมูลในชุมชนต้นแบบด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนตะเคียนเตี้ย จ.ชลบุรี และชุมชนบ้านไร่ทองขิง จ.เชียงใหม่ โดยใช้เครื่องมือแบบจำลองดัชนีชี้วัดผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับชุมชนจากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ผลรวมมูลค่ารายจ่ายเพื่อการบริโภค ($\sum C_v$) ผลรวมมูลค่ารายจ่ายเพื่อการลงทุนของชุมชน ($\sum I_v$) ผลรวมมูลค่ารายจ่ายภาครัฐ ($\sum G_v$) ผลรวมมูลค่าการส่งออกของชุมชน ($\sum X_v$) และผลรวมมูลค่าการนำเข้าสินค้าและบริการ ($\sum M_v$) ผลการวิจัย พบว่า

ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP_v) ของชุมชนบ้านไร่ทองขิง จ.เชียงใหม่ ในปี พ.ศ.2564 มีค่าเท่ากับ 187,975,903 บาท ลดลงร้อยละ 21.51 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2563 โดยมีค่า GDP_v เฉลี่ยรวมต่อคนต่อปีเท่ากับ 140,490.21 บาท ซึ่งมีค่าสูงกว่าเส้นขีดความยากจนของประเทศไทย (33,636 บาท) และเส้นขีดความยากจนของ จ.เชียงใหม่ (31,752 บาท) ในขณะที่ GDP_v ของชุมชนตะเคียนเตี้ย จ.ชลบุรี มีค่าเท่ากับ 1,326,915,586 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.65 โดยมีค่า GDP_v เฉลี่ยรวมต่อคนต่อปีเท่ากับ 146,103.90 บาท ซึ่งมีค่าสูงกว่าเส้นขีดความยากจนของประเทศไทย (33,636 บาท) และเส้นขีดความยากจนของ จ.ชลบุรี (35,928 บาท)

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถรวมทั้งกระจายและยกระดับรายได้จากการท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจฐานราก ดังนี้ 1) ส่งเสริมและพัฒนากลไกการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้กลับสู่ชุมชน 2) สนับสนุนคนรุ่นใหม่หรือเยาวชนในชุมชนให้สามารถดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม 3) ยกระดับฝีมือแรงงานในการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและคงเอกลักษณ์ความเป็นไทย 4) พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างมูลค่าบนพื้นฐานแห่งความเป็นไทย 5) ส่งเสริมให้มีนวัตกรรมทางการเงินเพื่อสนับสนุนแหล่งทุนให้กับเศรษฐกิจชุมชน 6) เสริมสร้างองค์ความรู้และพัฒนาทักษะกลุ่มผู้มิรายได้น้อย เพื่อยกระดับสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ 7) ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยเน้นการรวมกลุ่ม เช่น วิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ วิสาหกิจเพื่อสังคม 8) พัฒนาคุณภาพสินค้าบริการการท่องเที่ยว ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และ 9) ทำการตลาดเชิงรุกในช่องทางที่หลากหลาย เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: แบบจำลองดัชนีชี้วัด, ผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับชุมชน, เศรษฐกิจฐานราก, การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Abstract

This research has agendas to, first and foremost: study, analyse and produce a tool for the *Village Gross Domestic Product or GDP_v Model* by using Sustainable Community-Based Tourism Development. Secondly, the agenda aims to analyse the *Village Gross Domestic Product* in the approach of how it can be used to assist in creating policies that are focused on decreasing the household's income gap. The third agenda aims to present possible pathways and policies to tourism organisation in elevating community's income whilst decreasing existing inequalities in said community by using the *Village Gross Domestic Product Model*, with the study area in Takiantia Village in Chonburi Province and Rai Kong King Village in Chiang Mai. The Gross Domestic Product in this particular case is constituted of: consumption spendings, village investments, local budget spendings, and the import and export of village service goods, which also became a tool in the *Village Gross Domestic Product Model*; namely, the sum value of consumption spendings ($\sum C_v$), the sum value of village investments ($\sum I_v$), the sum value of local budget spendings ($\sum G_v$), and the sum value of the import ($\sum X_v$) and the sum value of export of village service goods ($\sum M_v$). By utilising these tools, the research discovers that:

The gross domestic product (GDP_v) of Rai Kong King Village in Chiang Mai in the year 2021 equates to THB 187,975,903, a decrease of 21.51 percent if compared to the year 2020. The GDP_v value per person per annum is at THB 140,490.21, which is above the poverty line of Thailand (THB 33,636) and Chiang Mai (THB 31,752). Whilst the GDP_v of Takiantia Village in Chonburi Province equates to THB 1,326,915,586, an increase in of 0.65 percent. The GDP_v value per person per annum is at THB 146,103.90, which is above the poverty line of Thailand (THB 33,636) and Chonburi (THB 35,928).

With this, this research would like to suggest—from a policy-making point of view—the steps to potentially increase the overall capacity in expanding and elevating income from tourism to grassroots economy. The first suggestion is to support and develop a mechanism that is attuned to the creation of economic value and the dissemination of income to the community. The second suggestion is to support younger generations in conducting a society-oriented enterprise. Thirdly, it is suggested that the policy should support labour skill in producing products and services that is rich in quality and Thai identity. The fourth suggestion is to develop creative tourism that rely on the Thai identity. The fifth suggestion advise that there should be a development of monetary innovation that could help with the local economy. The sixth suggestion highlights the importance of maintaining a body of knowledge and skill for those who are marginalised economically, so that they may have a chance in mobilising up the economic and social ladder. The seventh suggestion advice that the grassroots economy should be supported by creating savings cooperative. The eighth suggestion deals with the improvement of the quality of tourism services as well as fundamental infrastructures. The last suggestion advises that there should exist various channels of marketing as a strategy to reach a broader group of people.

Keywords: Indicator Model, Village Gross Domestic Product, Grassroot Economy, Sustainable Tourism

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเด็นการลดความยากจนและการกระจายรายได้สู่ชุมชนของประเทศไทยกลายเป็นนโยบายที่สำคัญของรัฐบาลในหลายสมัย เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการเพิ่มรายได้ให้กับครัวเรือนยากจน และลดช่องว่างรายได้ระหว่างคนจนกับคนรวย ได้แก่ การสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวชุมชนที่ไม่ได้มีความสำคัญในระดับชุมชนเท่านั้น แต่เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้เศรษฐกิจไทยขับเคลื่อนไปได้อย่างยั่งยืน ซึ่งการวางแผนนโยบายเพื่อทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการยกระดับรายได้ (Income) และการกระจายรายได้ (Income distribution) จึงเป็นสิ่งที่ท้าทายทุกรัฐบาลมาโดยตลอด จึงนำไปสู่การหาแนวทางแก้ปัญหาความยากจนและการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ชุมชน (Pro-Poor Tourism) พร้อมกับการพัฒนาเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศ ดังนั้น การที่จะบรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้ไม่เพียงแต่แสวงหาวิธีในการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่เป็นการส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว และเป็นผู้มีส่วนได้เสียกับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวให้สามารถเข้าไปร่วมรับผลประโยชน์ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ด้วยการเพิ่มรายได้ เพิ่มความเท่าเทียมของรายได้ เพิ่มการจ้างงานและคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่

แผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี มีเป้าหมายมุ่งสู่ความ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” โดยยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว ได้กำหนดวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2580 ไว้ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีดุลยภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” อย่างไรก็ตามความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ต้องอาศัยความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก ที่หมายรวมถึงเศรษฐกิจนอกภาคทางการ ซึ่งมูลค่าของกิจกรรมทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่ มิได้ถูกบันทึกรวมอยู่ในตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ทำให้ตัวเลขการเติบโตของ GDP ไม่ได้สะท้อนความเป็นจริงของเศรษฐกิจฐานรากตามที่ควรจะเป็น เพราะชุมชน ถือเป็นทั้งหน่วยผลิตและหน่วยบริโภคที่สำคัญในเศรษฐกิจระดับฐานราก ประกอบด้วย ผู้ประกอบการรายย่อย กลุ่มอาชีพ วิชาหิกที่ไม่ได้จัดตั้งในรูปแบบนิติบุคคล ฯลฯ ซึ่งสร้างธุรกรรมที่มีได้นับรวมเป็นมูลค่าในระบบเศรษฐกิจนอกภาคทางการ

จากประเด็นข้างต้น ส่งผลให้ภาครัฐจัดทำยุทธศาสตร์ในการดำเนินมาตรการส่งเสริมภาคการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในลักษณะที่มุ่งเน้นการสร้างเชื่อมโยงระหว่าง (1) ภาคการท่องเที่ยว (2) ชุมชน และ (3) การส่งเสริมการกระจายรายได้โดยเพิ่มการมีส่วนร่วมของคนจน ในการสนับสนุนภาคการท่องเที่ยวในชุมชน อาทิเช่น การสร้างประชาคมหรือชมรม หรือการแสดงความคิดเห็นด้านต่างๆ เป็นต้น โดยที่ผ่านมามีภาครัฐได้ร่วมมือกับผู้นำชุมชนต่างๆ ในการสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อส่งเสริมการกระจายรายได้ ด้วยการนำเอาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของแต่ละชุมชนมาใช้เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ การพัฒนาการท่องเที่ยวถือเป็นเครื่องมือหนึ่งในการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากเนื่องจากการท่องเที่ยวช่วยให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนและถือเป็นหน่วยสำคัญในการหนุนเสริมและสร้างฐานระบบเศรษฐกิจใหม่ให้เกิดขึ้นในท้องถิ่นที่มีความพร้อมนอกเหนือไปจากระบบเศรษฐกิจแบบเฉพาะด้านหรือแบบดั้งเดิมให้เติบโตยิ่งขึ้นอีกทั้งประเทศไทยยังไม่มีภาวะหรือวัดมูลค่าตัวเลขในเชิงเศรษฐกิจชุมชนอันเกิดจากการท่องเที่ยวออกมาเปรียบเทียบได้ว่ามีส่วนสำคัญในการกระตุ้นหรือการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ประเทศมากน้อยเพียงใดเมื่อเทียบกับภาคธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หรือการพยายามหาคำตอบที่ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวในชุมชนหรือเศรษฐกิจฐานรากที่เกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นคิดเป็นสัดส่วนเท่าใดของ GDP หรือเป็นร้อยละเท่าใดของรายได้จากการ

ท่องเที่ยวทั้งหมดของประเทศ เป็นต้น ช่วงสถานการณ์ก่อน Covid-19 การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในสาขาการผลิตด้านบริการที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจไทยโดยมีส่วนต่อ GDP ถึงร้อยละ 20 ของผลผลิตมวลรวมในประเทศ และมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวมีจำนวนกว่า 35 ล้านคน (นเรศ กิจจาพัฒน์พันธ์, 2019) อย่างไรก็ตามความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ต้องอาศัยความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก ที่หมายรวมถึงเศรษฐกิจนอภาคทางการ ซึ่งมูลค่าของกิจกรรมทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่ มิได้ถูกบันทึกรวมอยู่ในตัวเลข GDP ส่งผลให้ตัวเลขการเจริญเติบโตของ GDP ไม่ได้สะท้อนความเป็นจริงของเศรษฐกิจฐานรากตามที่ควรจะเป็น เพราะชุมชนถือเป็นทั้งหน่วยผลิตและหน่วยบริโภคที่สำคัญในเศรษฐกิจระดับฐานราก ประกอบด้วย ผู้ประกอบการรายย่อย กลุ่มอาชีพ วิสาหกิจที่ไม่ได้จัดตั้งในรูปแบบนิติบุคคล ฯลฯ

การพัฒนาแบบจำลองดัชนีชี้วัดผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับชุมชนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากจากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการศึกษาและวิเคราะห์พร้อมทั้งจัดทำเครื่องมือแบบจำลองดัชนีชี้วัดผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับชุมชนที่เกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งยังไม่เคยมีการจัดทำดัชนี GDP ชุมชน ในประเทศไทยมาก่อน โดยได้ดำเนินการคัดเลือกชุมชนต้นแบบด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 2 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนตะเคียนเตี้ย จ.ชลบุรี และชุมชนบ้านไร่กองขิง จ. เชียงใหม่ ซึ่งจะเป็นตัวแทนกลุ่มเป้าหมายในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ผลในเชิงลึก การหาแนวทาง/มาตรการในการยกระดับ GDP ชุมชน จากการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก ตลอดจนเพื่อเสนอแนะแนวทางและนโยบายในการกระจายรายได้ให้กับหน่วยงานและชุมชนที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์พร้อมทั้งจัดทำเครื่องมือแบบจำลองดัชนีชี้วัดผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับชุมชนจากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 2) เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับชุมชนจากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่จะนำไปสู่การกำหนดนโยบายในการลดช่องว่างของรายได้ระหว่างครัวเรือน
- 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางและนโยบายในการยกระดับรายได้ชุมชน และการลดความเหลื่อมล้ำให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในการกำหนดมาตรการที่เกี่ยวข้องในอนาคต

ขอบเขตของการวิจัย

ชุมชนต้นแบบด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย 2 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนตะเคียนเตี้ย จ.ชลบุรี และชุมชนบ้านไร่กองขิง จ.เชียงใหม่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลจากการศึกษาที่ได้สามารถนำไปส่งเสริมและพัฒนากลไกการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้กลับสู่ชุมชน เพื่อสร้างการเติบโตและการหมุนเวียนของเศรษฐกิจในชุมชน ตลอดจนเสนอแนะแนวทางและนโยบายในการยกระดับรายได้ชุมชน และการลดความเหลื่อมล้ำให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในการกำหนดมาตรการที่เกี่ยวข้องในอนาคต

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP)

ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) หมายถึง มูลค่าตลาดของสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายที่ผลิตในประเทศ ในช่วงเวลาหนึ่ง ๆ โดยไม่คำนึงว่าผลผลิตนั้นจะผลิตขึ้นมาด้วยทรัพยากรของชาติใด เช่น หากเป็นอุตสาหกรรมต่างประเทศเข้ามาทำธุรกิจในประเทศไทยจะถือว่าเป็น GDP ของไทยทั้งหมด วิธีการคำนวณผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ สามารถคำนวณได้จาก 2 วิธี ได้แก่ 1) การคำนวณรายจ่าย (Expenditure Approach) ที่จ่ายให้สินค้า และ บริการขั้นสุดท้าย และ 2) การคำนวณรายได้ (Resource Cost – Income Approach) ที่ได้จากการขายสินค้าและบริการขั้นสุดท้าย ทั้งนี้ การคำนวณ GDP ด้วยรายจ่ายเป็นวิธีที่พื้นฐานที่สุดในการวัด สมการที่คำนวณ GDP ด้วยรายจ่าย คือ

$$GDP = C+I+G+(X-M)$$

C คือ Consumption (รายจ่ายเพื่อการบริโภค) หมายถึง การบริโภคของภาคเอกชน และ ประชาชน (Private consumption) ซึ่งรวมค่าใช้จ่ายส่วนบุคคลแทบทั้งหมด เช่น อาหาร ค่าเช่า ค่ายา แต่ไม่รวมการซื้อที่อยู่อาศัยหลังใหม่

I คือ Investment (รายจ่ายเพื่อการลงทุน) หมายถึง การลงทุนของธุรกิจและในสินค้าทุน เช่น การก่อสร้างเหมืองแร่ใหม่ การซื้อซอฟต์แวร์ การซื้ออุปกรณ์เครื่องจักรสำหรับโรงงาน เป็นต้น

G คือ Government Spending (รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการโดยรัฐบาล) หมายถึง ค่าใช้จ่ายทั้งหมดของรัฐบาลที่ใช้ซื้อสินค้าและบริการขั้นสุดท้าย รวมถึงเงินเดือนข้าราชการ การซื้ออาวุธทางทหาร และค่าใช้จ่ายลงทุนของรัฐแต่ไม่รวมรายจ่ายประเภทโอนเงิน เช่น สวัสดิการสังคม

(X - M) คือ รายจ่ายเพื่อการนำเข้าและส่งออก โดย Export (ส่งออก) ลบด้วย Import (นำเข้า)

2. บัญชีประชาชาติ (National Income) และหลักการประมวลผลรายได้ประชาชาติ

สำนักบัญชีประชาชาติ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2565) ได้ให้นิยามบัญชีประชาชาติ (National Income) หมายถึง การบันทึกกิจกรรมทางเศรษฐกิจของประเทศที่ไหลเวียนในหนึ่งรอบระยะเวลาที่กำหนดระหว่างหน่วยเศรษฐกิจต่างๆ ของประเทศอันประกอบด้วย การผลิตสินค้าและบริการ การเกิดขึ้นหรือได้มาของรายได้ซึ่งก็คือผลตอบแทนปัจจัยการผลิตที่เกิดขึ้นจากการผลิตสินค้าและบริการดังกล่าว การใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการของครัวเรือนและรัฐบาลรวมทั้งการใช้จ่ายลงทุนที่เกิดขึ้นและการประกอบธุรกรรมทางเศรษฐกิจจะระหว่างภาคเศรษฐกิจในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งการประมวลผลรายได้ประชาชาติสามารถจัดทำได้ 3 ด้าน คือ ด้านการผลิต (Production approach) ด้านรายจ่าย (Expenditure approach) และด้านรายได้ (Income approach) บนพื้นฐานของทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ การลงบัญชีตามระบบบัญชีที่เป็นมาตรฐานสากล จะต้องประมวลผลมูลค่าที่เป็นตัวเงิน (Money term) ทั้งทางด้านการผลิต การใช้จ่าย และด้านรายได้ ทั้งนี้ผลที่ได้จากทั้ง 3 ด้านจะต้องเท่ากันหรือใกล้เคียงกัน การที่จะเลือกด้านใดด้านหนึ่งเป็นหลักนั้น ขึ้นกับความถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูลในแต่ละด้าน สำหรับกรณีประเทศไทยจะใช้ด้านการผลิตเป็นด้านหลัก

2.1 ทางด้านการผลิต (Production Approach)

วิธีการประมวลผลบัญชีรายได้ประชาชาติรายปี ในด้านการผลิตนั้นใช้วิธีการหามูลค่าเพิ่มโดยการรวบรวมข้อมูลมูลค่าผลผลิต (Gross Output) และต้นทุนค่าใช้จ่ายขั้นกลาง (Intermediate Consumption) ของสถานประกอบการในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งหมดแล้วนำมาคำนวณหามูลค่าเพิ่ม (Value Added) ซึ่งก็คือส่วนต่างระหว่างค่าทั้งสองดังกล่าว เมื่อนำมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ของทุกสาขาการผลิตมารวมกันก็จะได้ Aggregate Supply หรือผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Products) หรือ GDP ของระบบเศรษฐกิจ

2.2 ทางด้านรายจ่าย (Expenditure Approach) เป็นวิธีการคำนวณหามูลค่าการใช้จ่ายขั้นสุดท้าย (Final Consumption) หรือ Aggregate Demand ของระบบเศรษฐกิจ ประกอบด้วย

1) **รายจ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคของครัวเรือน (C)** ประมาณจากมูลค่าการใช้จ่ายจริง (Final Expense) ของประชาชนโดยรวม โดยใช้ผลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนเป็นข้อมูลหลัก ประกอบกับข้อมูลอื่นที่แสดงการบริโภคในประเทศ เช่น ยอดจำหน่ายเครื่องดื่ม ยาสูบ และรถยนต์ เป็นต้น รวมทั้งการใช้วิธีกระแสสินค้า (Commodity Flow Method) ซึ่งเป็นวิธีการประมาณมูลค่าการใช้จ่ายทางอ้อมโดยอาศัยผลจากการประมวลมูลค่าการผลิตสินค้าและบริการที่ได้มาในขั้นตอนแรกของการคำนวณด้านการผลิตหักออกด้วยมูลค่าการส่งออกสินค้าหรือบริการนั้น รวมกับการนำเข้าสินค้าและบริการจากต่างประเทศ แล้วนำมาบวกกับค่าการขนส่งและการตลาดก็จะได้มูลค่า ณ ราคาผู้ซื้อปลายทางที่ครัวเรือนจ่าย

2) **รายจ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคของรัฐบาล (G)** ประมวลจากรายงานรายจ่ายจริงของรัฐบาลที่เบิกจ่ายโดยรัฐบาลกลางและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ทั้งในส่วนที่มาจากแหล่งเงินในงบประมาณแผ่นดิน และแหล่งเงินนอกงบประมาณต่างๆ

3) **การลงทุนหรือการสะสมทุนถาวรเบื้องต้น (I)** แบ่งเป็นการสะสมทุนถาวรสิ่งก่อสร้าง เอกชนประมาณค่าจากสถิติพื้นที่ให้อนุญาตปลูกสร้าง การลงทุนด้านยานพาหนะได้จากสถิติจำนวนการจดทะเบียน การสะสมทุนเครื่องจักรเครื่องมือได้จากวิธีกระแสสินค้า สำหรับการสะสมทุนภาครัฐได้จากรายงานรายจ่ายจริงของรัฐบาลกลางและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและบัญชีการลงทุนของรัฐบาลวิสาหกิจ

4) **การส่งออกและนำเข้า (X - M)** คือ การส่งออกและการนำเข้าสินค้าและบริการทั้งหมด โดยได้รับข้อมูลจากสถิติการค้าระหว่างประเทศและตารางดุลการชำระเงินของประเทศ

2.3 ทางด้านรายได้ (Income Approach) ประมวลผลโดยรวมข้อมูลผลตอบแทนปัจจัยการผลิตแต่ละประเภทเข้าด้วยกันโดยอาจประมวลขึ้นทางตรง เช่น ดอกเบี้ย เงินปันผลและกำไรรวบรวมจากบัญชีของธุรกิจ ผลตอบแทนแรงงานประมวลจากจำนวนลูกจ้างและอัตราค่าจ้างเฉลี่ยของการจ้างงานแต่ละประเภทอุตสาหกรรม ส่วนในกรณีรายการที่ไม่สามารถหาข้อมูลโดยตรงได้ เช่น รายได้ของสถานประกอบการที่มีได้จดทะเบียนนิติบุคคลก็คำนวณขึ้นทางอ้อมโดยอาศัยผลการคำนวณด้านการผลิตและด้านการใช้จ่ายข้างต้น สำหรับเงินออมของรัฐและนิติบุคคลก็ประมวลจากข้อมูลในทำนองเดียวกัน ส่วนเงินออมของครัวเรือนได้จากการประมวลผลทางอ้อม

3. แนวคิดในการจัดทำสถิติผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Products: GPP)

การจัดทำสถิติผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Products : GPP) สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ดำเนินการคำนวณสถิติผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) ที่เป็นข้อมูลรายการเดียวที่สามารถอธิบายภาพรวมด้านเศรษฐกิจของจังหวัดได้ เนื่องจากเป็นการประมวลรวมรายได้ที่มาจากกิจกรรมการผลิตทั้งหมด ที่ดำเนินการอยู่ในพื้นที่ของจังหวัด โดยใช้พื้นฐานแนวความคิดเช่นเดียวกับการจัดทำสถิติผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ของประเทศ ตัวเลขสถิติ GPP นับเป็นเครื่องชี้ที่แสดงทั้งขนาด (Volume) ของรายได้จากการผลิตของจังหวัด และสามารถใช้อธิบายทิศทางการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (Economic Growth) ในช่วงเวลาต่างๆ รวมทั้งสามารถแสดงโครงสร้างการผลิตที่มีการเปลี่ยนแปลงไปทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ดังนั้นสถิติ GPP จึงเป็นข้อมูลหลักที่สามารถใช้ในการติดตามภาวะเศรษฐกิจและการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวางแผนพัฒนาจังหวัด โดยการแบ่งตามกรอบแนวคิดของระบบบัญชีประชาชาติ สามารถจัดทำได้ 2 วิธี ดังนี้

1) การจัดทำสถิติผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดโดยวิธีการทางตรง หรือเรียกว่าเป็นวิธี Bottom up เป็นการจัดเก็บข้อมูลกิจกรรมการผลิตทุกกิจกรรมที่เกิดขึ้นจริงในพื้นที่ของแต่ละจังหวัด และนำมาคำนวณหามูลค่าเพิ่มตามวิธีการที่สอดคล้องกับระบบบัญชีประชาชาติตามมาตรฐานสากล ซึ่งต้องใช้ข้อมูลพื้นฐานที่สำคัญ คือ ข้อมูลมูลค่าการผลิตสินค้าและบริการ และข้อมูลต้นทุนการผลิตของกิจกรรม

การผลิตทุกชนิดในพื้นที่จังหวัด ผลที่ได้จากวิธีการนี้จะมีข้อดีในด้านการให้ภาพรายละเอียดโครงสร้างประเภทกิจกรรมการผลิต ซึ่งเป็นแหล่งที่มาของรายได้ของจังหวัด

2) การจัดทำสถิติผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดโดยวิธีทางอ้อม หรือเรียกว่าเป็นวิธี Top down ดำเนินการโดยใช้วิธีการกระจายมูลค่าสถิติผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) จากในระดับภาพรวมพื้นที่ทั้งประเทศ จำแนกย่อยออกมาเป็นตัวเลขสถิติผลิตภัณฑ์มวลรวมรายจังหวัด แต่ก็ต้องจัดทำในรายละเอียดทุกกิจกรรมการผลิตทุกรายการเช่นกัน ซึ่งในปัจจุบัน สศช. ใช้วิธีการนี้เป็นวิธีหลัก เนื่องมาจากการขาดแคลนข้อมูลพื้นฐานทางด้านมูลค่าการผลิตและต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการรายจังหวัดที่จะนำมาใช้ในการคำนวณโดยวิธีทางตรง

4. แนวคิดการท่องเที่ยวเพื่อลดความยากจน หรือ Pro-Poor Tourism

การท่องเที่ยวเพื่อลดความยากจน หรือ Pro-Poor Tourism: PPT หมายถึง การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศให้สามารถลดความยากจนและความเหลื่อมล้ำได้ แนวคิดดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) หรือการท่องเที่ยวเพื่อลดการทำลายสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรม ขณะที่ PPT มุ่งเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นเครื่องมือในการลดความยากจน (Ashley, 2000) ด้วยการทำให้เกิดรายได้ในชุมชนเสริมสร้างความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น พร้อมทั้งพัฒนาด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมไปพร้อมๆ กัน ดังนั้น ปัจจัยหลัก คือ ต้องมีการส่งเสริมการทำงานเสริมสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน โดยเฉพาะผู้ที่มีรายได้น้อย ซึ่ง Pro-Poor Tourism อยู่ภายใต้แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน (Sustainable Tourism) และยังอยู่ร่วมกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Eco-Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงพัฒนาชุมชน (Community Based Tourism)

Ashley (2000) ได้วิเคราะห์องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเพื่อลดความยากจน (Pro-Poor Tourism) ไว้ 6 หัวข้อ ดังนี้

1) การมีส่วนร่วม (Participation) คือ คนยากจนหรือกลุ่มคนที่มีรายได้น้อยจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน

2) ส่งเสริมการค้า (Commercial realism) การบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการค้าขายสร้างรายได้ให้กับผู้มีรายได้น้อยหรือคนยากจนเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้การท่องเที่ยวอยู่ได้ยั่งยืน

3) วิธีการเสริมสร้างความเป็นอยู่แบบองค์รวม (Holistic livelihood approach) จำเป็นจะต้องให้ความสำคัญกับคนยากจนด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ สังคมสิ่งแวดล้อมทั้งในระยะสั้นและระยะยาว

4) พัฒนาอย่างยืดหยุ่น (Flexibility) จำเป็นต้องพัฒนาและปรับปรุงอย่างค่อยเป็นค่อยไป เนื่องจากยุทธศาสตร์ที่ดีจะสร้างผลกระทบที่มองเห็นในระยะยาว

5) การกระจายผลกำไรและความเสี่ยง (Distribution) จำเป็นต้องมีการวิเคราะห์ถึงการกระจายของรายได้และต้นทุนเพื่อให้เกิดความเหมาะสมและยั่งยืน

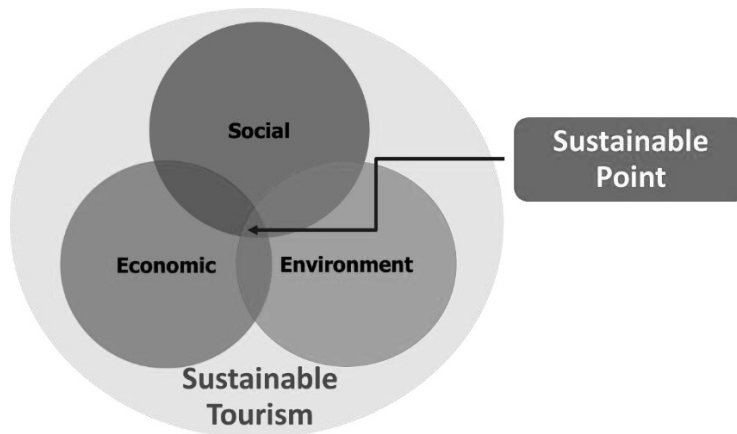
6) การเรียนรู้ (Learning) การเรียนรู้ด้วยการบริหารจัดการที่ยั่งยืน โดยจำเป็นต้องวิเคราะห์ให้รอบด้าน ทั้งการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและ การพัฒนาวิสาหกิจขนาดเล็ก

5. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่และกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยมเพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย ธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมอแต่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดหรือไม่มีอย่างยั่งยืนยาว ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมี 6 ประการ คือ

- 1) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท ทั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และแหล่งท่องเที่ยวประเภท ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม
- 2) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่า และความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว
- 3) เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม
- 4) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับ ธรรมชาติและวัฒนธรรม
- 5) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 6) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นและคืนประโยชน์กลับสู่ทรัพยากร ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นด้วย

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. (2565) ได้มีนิยามของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยอ้างอิงจากพระราชกฤษฎีกาจัดตั้ง อพท. พ.ศ.2546 หมายถึง การจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองของความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสุนทรียภาพ โดยคำนึงถึงการใช้ทรัพยากรที่มีคุณค่าอย่างสมเหตุสมผล และสามารถรักษา เอกลักษณ์ของธรรมชาติ วัฒนธรรมเพื่อการใช้ประโยชน์อย่างยั่งยืน



ภาพที่ 1 การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามนิยามของ อพท.

ที่มา: สำนักบริหารยุทธศาสตร์ อพท. (2565)

South Australian Tourism Commission (2007) เสนอแนวคิดเกี่ยวกับหลักการท่องเที่ยวแบบ ยั่งยืนที่สัมพันธ์กับเศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมไว้ 12 ประการ ดังนี้ 1) การท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ในการดำรงรักษาสภาพแวดล้อมไว้ให้สมบูรณ์ที่สุด 2) การท่องเที่ยวสนับสนุนการอนุรักษ์ธรรมชาติ ในขณะที่เดียวกันก็ได้ผลประโยชน์สูงสุดจากสภาพแวดล้อมเช่นกัน 3) สร้างความแตกต่างจากสถานที่ ท่องเที่ยวอื่นๆ 4) สะท้อนถึงคุณค่าของชุมชน แสดงถึงคุณค่าทางประวัติศาสตร์ของชุมชน 5) นักท่องเที่ยว ได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงจากพื้นที่ 6) ทำความเข้าใจและกำหนดเป้าหมายทางการตลาด 7) เพิ่มพูน ประสบการณ์แก่ผู้มาเยือน 8) เพิ่มคุณค่าและสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น 9) สามารถบอกเล่าเรื่องราวที่ เกี่ยวกับพื้นที่ 10) ส่งเสริมความรู้สึกรักของสถานที่ (sense of place) ผ่านการออกแบบ 11) ได้รับ ผลประโยชน์ร่วมกันทั้งนักท่องเที่ยวและประชาชนในชุมชน และ 12) ให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหาร จัดการและมีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยว

6. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

พจนาน สนวนศรี (2546) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ไว้ว่าเป็นการ ท่องเที่ยวที่ “คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการ โดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มา

เยือน”โดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องทำงานครอบคลุม 5 ด้าน พร้อมกัน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ ทั้งนี้ได้จำแนกองค์ประกอบกระบวนการเรียนรู้ของ CBT ดังนี้

1) ศักยภาพของคน โดยจะต้องเริ่มที่คนในชุมชนที่จะต้องรู้จักรากเหง้าของตนเองให้ดีเสียก่อน เพื่อความพร้อมในการบอกเล่าข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวและคนที่มาเยี่ยมเยือนชุมชนของตนได้ และคนในชุมชนต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ มีความสามัคคีและสามารถทำงานร่วมกันได้

2) ศักยภาพของพื้นที่ หมายถึง ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมา คนในชุมชนต้องรู้จัก ต้องรักและหวงแหนเห็นคุณค่าของทรัพยากรในชุมชนของตน รวมทั้งสามารถที่จะนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน

3) การจัดการ ชุมชนที่สามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ต้องเป็นชุมชนที่มีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับ มีความคิด มีวิสัยทัศน์ มีความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งยังต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

4) การมีส่วนร่วม เป็นการสื่อความคิดเห็น การแก้ปัญหา รวมถึงการหาทางแก้ไขปัญหาดังกล่าว จากการศึกษาความคิดเห็นมีการจัดเวทีพูดคุย ร่วมกันคิดร่วมกันวางแผนดำเนินการ มีการประสานงานกับหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องในการทำงานร่วมกัน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวทางเลือกที่บริหารจัดการโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์และมีมาตรฐานก่อให้เกิดการเรียนรู้ เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่น และคุณภาพชีวิตที่ดี องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. (2559) ได้มีแนวคิดหลักในการบูรณาการองค์ประกอบของการพัฒนาชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ จึงได้กำหนดเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกิดจากการพัฒนาอ้างอิงตามหลักเกณฑ์ Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC) ซึ่งเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทย (CBT Thailand) มีทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการจัดการอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) ด้านการกระจายผลประโยชน์สู่ท้องถิ่นสังคมและคุณภาพชีวิต 3) ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม 4) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน และ 5) ด้านการบริการและความปลอดภัยของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

7. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

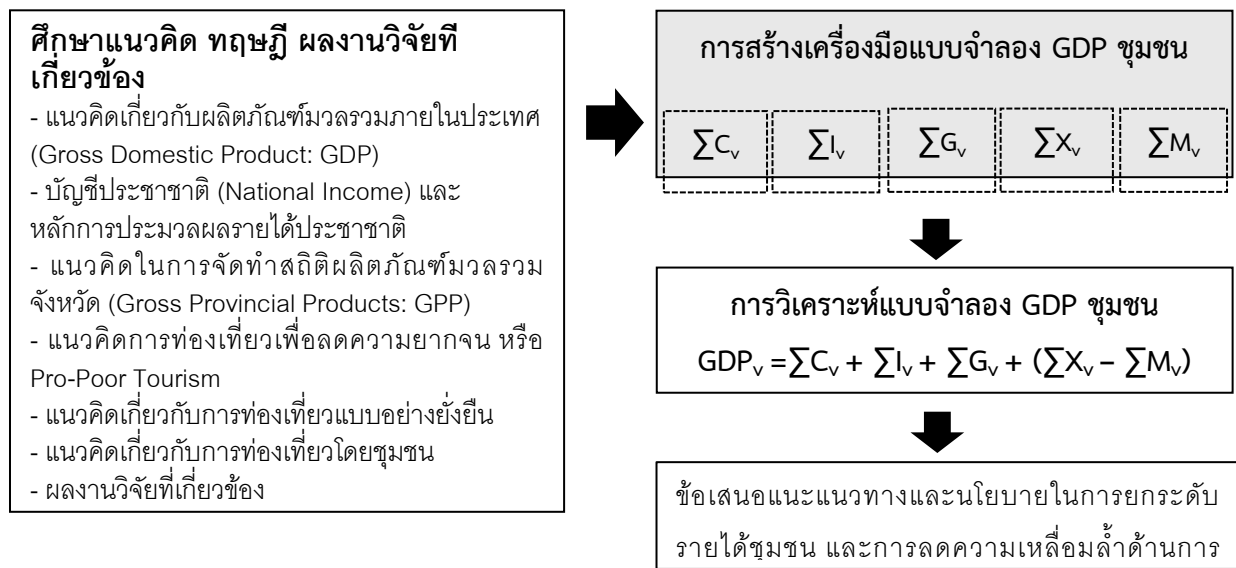
สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2563) ดำเนินการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน จากการศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน มีข้อเสนอแนะว่า การพัฒนาศักยภาพชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีความพร้อมรับมือในการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน ได้แก่ การศึกษาชุมชน ด้วยการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการของชุมชน การเรียนรู้ของชุมชน เพื่อเปิดโอกาสการมีส่วนร่วมเพื่อร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูลหรือแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน และกำหนดรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนร่วมกัน, การถอดบทเรียนและการสรุปบทเรียนชุมชน เพื่อประเมินผลลัพธ์ของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน และการต่อยอดพัฒนากิจกรรมสู่การพัฒนานวัตกรรมชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และการสร้างสรรคนวัตกรรมชุมชนเพื่อพัฒนารูปแบบทางธุรกิจชุมชน

เกศสุดา โภคานิตย์, กีฟ้า หนูยศ, รุปราย ชัยสินคุณานนท์ และกมลชัย บัวสาย (2562) ได้ศึกษาเรื่องศักยภาพของชุมชนในการพัฒนาความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานราก โดยแนวทางประชารัฐตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงแบบมีส่วนร่วมในจังหวัดชัยภูมิ ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพของชุมชน อาทิ ศักยภาพของชุมชนด้านความรู้ คนในชุมชนมีความรู้ที่หลากหลายจากการสังสรรค์ประสบการณ์ มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกันเป็นบทเรียนและองค์ความรู้ของคนในชุมชน, ด้านภูมิปัญญา การรวมกลุ่ม

กิจกรรมเกิดจากภูมิปัญญาของคนในชุมชนเพื่อสนองต่อความต้องการและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน โดยยึดหลักการมีส่วนร่วม โปร่งใส ตรวจสอบได้ ช่วยเหลือเกื้อกูล, ด้านความสามัคคี มีวัฒนธรรมและประเพณีที่หล่อหลอมคนในชุมชนให้มีความเห็นใจเดียวกัน และ ด้านทรัพยากร ชุมชนได้ใช้ทรัพยากรที่มีภายในชุมชนเป็นหลักในการพัฒนาและแก้ไขปัญหาของชุมชน

วิธีการวิจัย

จากการดำเนินการศึกษาข้อมูล แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำมาพัฒนาเป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัยได้ดังนี้



การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาข้อมูลแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาพัฒนาเป็นแบบจำลองดัชนีชี้วัดผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับชุมชนจากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนี้

$$GDP_v = \sum C_v + \sum I_v + \sum G_v + (\sum X_v - \sum M_v)$$

โดยที่ GDP_v คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับชุมชน

$\sum C_v$ คือ ผลรวมมูลค่ารายจ่ายเพื่อการบริโภค

C_{v1} = รายจ่ายเกี่ยวกับของฟุ่มเฟือยของคนในชุมชน ได้แก่ สุรา บุหรี่ อาหาร เครื่องดื่ม

C_{v2} = ค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าโทรศัพท์และ Internet และอื่นๆ

C_{v3} = ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการซื้อสลากกินแบ่งรัฐบาล/หวย ภาษี เบี้ยประกันภัย ดอกเบี้ย

ฯลฯ

- C_{V4} = ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับพลังงานเชื้อเพลิง การเดินทางและสื่อสาร
- C_{V5} = ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับเสื้อผ้าเครื่องนุ่มห่ม
- C_{V6} = ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่ารักษาพยาบาล
- C_{V7} = ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย เครื่องแต่งบ้าน และเครื่องใช้ต่างๆ
- C_{V8} = เบี้ยเลี้ยงการฝึกอบรมพัฒนาคนในชุมชน
- C_{V9} = ค่าวิทยากร
- C_{V10} = ค่าอาหารและเครื่องดื่มในการจัดเวทีอบรมพัฒนาคนในชุมชน

$\sum I_V$ คือ ผลรวมมูลค่ารายจ่ายเพื่อการลงทุนของชุมชน

- I_{V1} = งบประมาณในการสร้างหรือซ่อมแซมถนน
- I_{V2} = งบประมาณในการพัฒนาระบบไฟฟ้าในชุมชน
- I_{V3} = งบประมาณในการพัฒนาระบบประปาในชุมชน
- I_{V4} = งบประมาณในการพัฒนาระบบสื่อสารในชุมชน
- I_{V5} = งบประมาณในการพัฒนาระบบสาธารณสุขในชุมชน
- I_{V6} = งบประมาณในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอื่นๆ
- I_{V7} = การลงทุนเรื่องการจัดทำวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชน
- I_{V8} = การลงทุนเรื่องการออกแบบหีบห่อบรรจุผลิตภัณฑ์

$\sum G_V$ คือ ผลรวมมูลค่ารายจ่ายภาครัฐ

- G_{V1} = งบประมาณในการดำเนินโครงการตามเทศบัญญัติงบประมาณ (เบิกจ่าย)

$\sum X_V$ คือ ผลรวมมูลค่าการส่งออกของชุมชน

- X_{V1} = รายได้จากการรับนักท่องเที่ยวเข้าชุมชน
- X_{V2} = รายได้จากการนำสินค้าไปจำหน่ายนอกชุมชนรวมถึงการจำหน่ายช่องทางออนไลน์

$\sum M_V$ คือ ผลรวมมูลค่าการนำเข้าสินค้าและบริการ

- M_{V1} = รายจ่ายเพื่อดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ค่าแรง ค่าวัตถุดิบอาหารที่ใช้ดำเนินการของชุมชน
- M_{V2} = รายจ่ายวัตถุดิบเพื่อผลิตสินค้าไปจำหน่ายในและนอกชุมชน

ผลการวิจัย

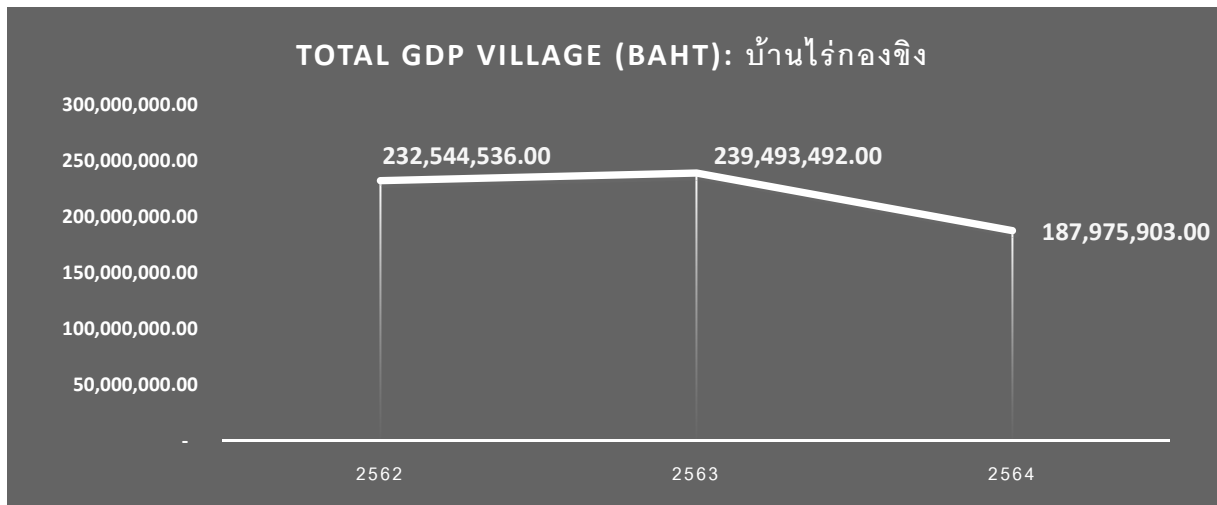
1. ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP_V) ของชุมชนบ้านไร่กองขิง จ.เชียงใหม่ ในปี พ.ศ.2564 มีค่าเท่ากับ 187,975,903 บาท ลดลงร้อยละ 21.51 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2563 โดยมีค่า GDP_V เฉลี่ยรวมต่อคนต่อปีเท่ากับ 140,490.21 บาท ซึ่งมีค่าสูงกว่าเส้นขีดความยากจนของประเทศไทย (33,636 บาท) และเส้นขีดความยากจนของ จ.เชียงใหม่ (31,752 บาท) ซึ่งสรุปผลได้ดังตารางที่ 1 และแผนภาพที่ 2

ตารางที่ 1 ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP_V) ชุมชนบ้านไร่กองขิง จ.เชียงใหม่ พ.ศ.2562 - 2564

ปี พ.ศ.	2562	2563	2564
GDP _V รวม (บาท)	232,544,536.00	239,493,492.00	187,975,903.00
เฉลี่ยต่อคน/ปี (บาท)	182,674.42	183,801.61	140,490.21

ที่มา: ผลการวิจัย

ภาพที่ 2 ผลผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP_v) ชุมชนบ้านไร่กองซิง จ.เชียงใหม่ พ.ศ.2562 – 2564

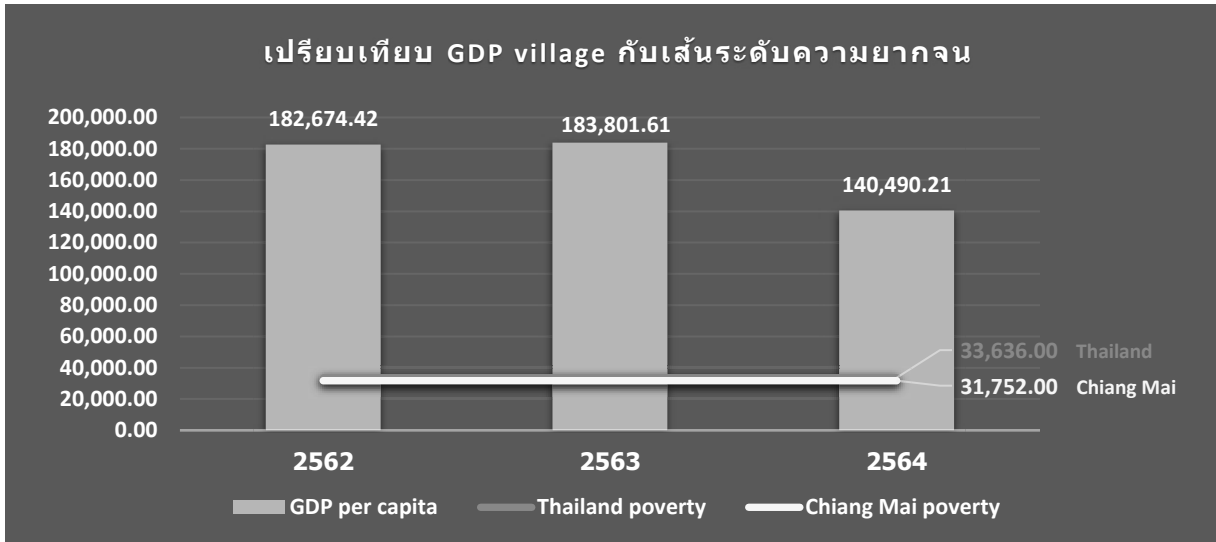


ที่มา: ผลการวิจัย

เมื่อวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์มวลรวมชุมชนบ้านไร่กองซิง จ.เชียงใหม่ ตามภาพที่ 4 พบว่าในปี พ.ศ. 2564 มีค่าเท่ากับ 187,975,903 บาท ลดลงร้อยละ 21.51 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2563 ทั้งนี้ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อภาวะการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ส่งผลให้การบริโภค การใช้จ่ายภาครัฐและการจำหน่ายสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของชุมชนลดลง อย่างไรก็ตามค่า GDP_v เฉลี่ยรวมต่อคนต่อปีเท่ากับ 140,490.21 บาท ซึ่งมีค่าสูงกว่าเส้นขีดความยากจนของประเทศไทย (33,636 บาท) และเส้นขีดความยากจนของ จ.เชียงใหม่ (31,752 บาท)

ทั้งนี้ เนื่องจากชุมชนได้เปิดเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2556 เป็นชุมชนที่รู้จักกันดีในเรื่องของการนำพืชสมุนไพรพื้นบ้านมาป้องกันรักษาสุขภาพ และมีการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดให้เกิดผลิตภัณฑ์ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเรื่องของการรักษาสุขภาพด้วยสมุนไพร โดยเป็นพื้นที่นำร่องต้นแบบของพื้นที่ท่องเที่ยวชุมชนในโครงการพื้นที่ท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว (Safety Zone) สะท้อนให้เห็นว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนช่วยเพิ่มคุณค่าและสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น และเป็นเครื่องมือในการยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Ashley (2000) ที่ได้วิเคราะห์องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเพื่อลดความยากจน (Pro-Poor Tourism) ไว้ว่าจะต้องมีการมีส่วนร่วม (Participation) คือ คนจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน การส่งเสริมการค้า (Commercial realism) การบริหารจัดการเพื่อให้เกิดการค้าขายสร้างรายได้ให้กับผู้มีรายได้น้อยหรือคนยากจนเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้การท่องเที่ยวอยู่ได้ยั่งยืน รวมทั้งการพัฒนาที่ยืดหยุ่น (Flexibility) ที่จำเป็นต้องพัฒนาและปรับปรุงอย่างค่อยเป็นค่อยไป ตลอดจนการเรียนรู้ (Learning) การเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จะสร้างการบริหารจัดการที่ยั่งยืน โดยจำเป็นต้องวิเคราะห์ให้รอบด้าน ทั้งการบริหารจัดการด้านสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและพัฒนามิสาหกิจขนาดเล็ก

ภาพที่ 3 เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อคน/ต่อปี ชุมชนบ้านไร่กองซิง จ.เชียงใหม่



ที่มา: ผลการวิจัย

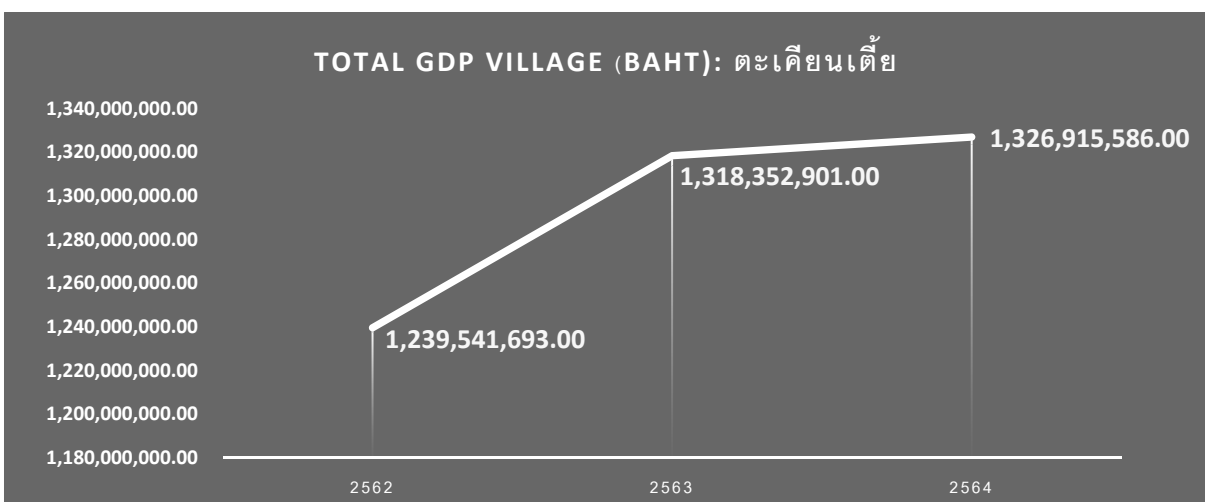
2. ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP_v) ของชุมชนตะเคียนเตี้ย จ.ชลบุรี พบว่า ในปี พ.ศ.2564 มีค่าเท่ากับ 1,326,915,586 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.65 โดยมีค่า GDP_v เฉลี่ยรวมต่อคนต่อปีเท่ากับ 146,103.90 บาท ซึ่งมีค่าสูงกว่าเส้นขีดความยากจนของประเทศไทย (33,636 บาท) และเส้นขีดความยากจนของ จ.ชลบุรี (35,928 บาท) ซึ่งสรุปผลได้ดังตารางที่ 2 และแผนภาพที่ 4

ตารางที่ 2 ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP_v) ชุมชนตะเคียนเตี้ย จ.ชลบุรี พ.ศ. 2562 - 2564

ปี พ.ศ.	2562	2563	2564
GDP _v รวม (บาท)	1,239,541,693.00	1,318,352,901.00	1,326,915,586.00
เฉลี่ยรวมต่อคน/ปี	148,093.39	146,957.18	146,103.90

ที่มา: ผลการวิจัย

ภาพที่ 4 ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP_v) ชุมชนตะเคียนเตี้ย จ.ชลบุรี พ.ศ. 2562 - 2564



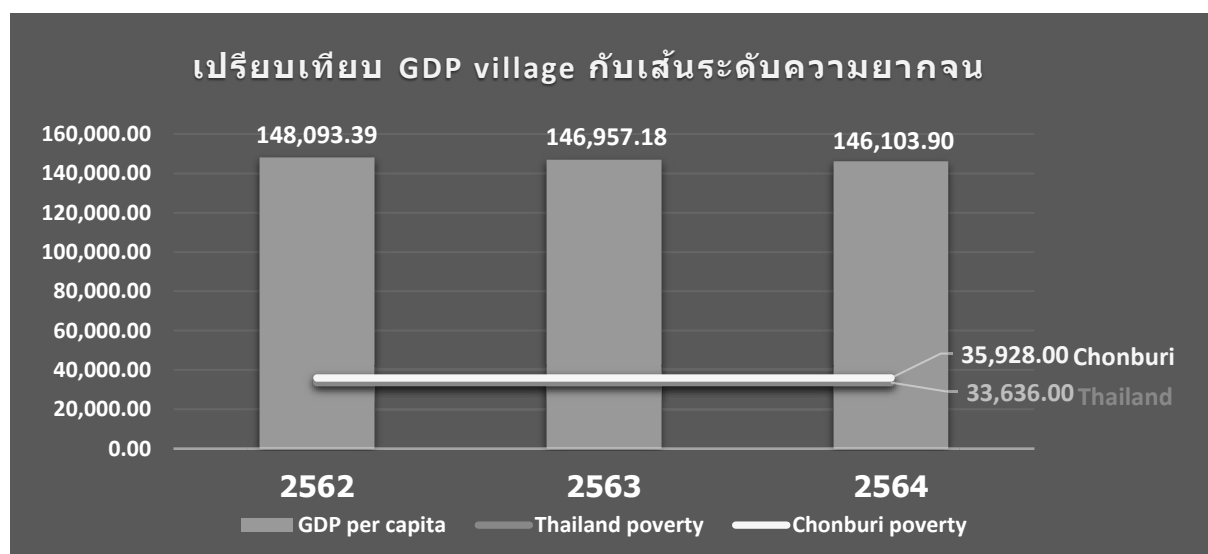
ที่มา: ผลการวิจัย

เมื่อวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP_v) ตามภาพที่ 6 ของชุมชนตะเคียนเตี้ย จ.ชลบุรี ในปี พ.ศ. 2564 พบว่าอยู่ที่ 1,326,915,586 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.65 โดยมีค่า GDP_v เฉลี่ยรวมต่อคนต่อปีเท่ากับ

146,103.90 บาท ซึ่งมีค่าสูงกว่าเส้นขีดความยากจนของประเทศไทย (33,636 บาท) และเส้นขีดความยากจนของ จ.ชลบุรี (35,928 บาท) ทั้งนี้เนื่องจากชุมชนตะเคียนเตี้ยเป็นหนึ่งในชุมชนที่อนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมโดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีมาต่อยอด สร้างสรรค์เป็นกิจกรรม และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมีมะพร้าวเป็นสัญลักษณ์ที่เชื่อมโยงวิถีชุมชน อาทิ การทำกาแพมะพร้าว การปั่นจักรยานเที่ยวชมวิถีชาวสวนมะพร้าว มีศูนย์การเรียนรู้ชีวิตพอเพียงคือ บ้านร้อยเสาหรือบ้านแปดเรือนไทย สะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนช่วยเพิ่มคุณค่าและสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น และเป็นเครื่องมือในการยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น

ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พงณา สอนศรี (2546) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบของกระบวนการเรียนรู้ของ CBT ในประเด็นศักยภาพของพื้นที่ หมายถึง ทรรศนะหรือมุมมองและวัฒนธรรมประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมา คนในชุมชนต้องรู้จักรักและหวงแหนเห็นคุณค่าของทรัพยากรในชุมชนของตนเองที่สามารถที่จะนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน และประเด็นการจัดการชุมชนที่จะสามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ต้องเป็นชุมชนที่มีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับ มีความคิด มีวิสัยทัศน์ มีความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ต้องมีการพูดคุยกำหนดแนวทางการเตรียมความพร้อมชุมชน รู้ว่าพื้นที่ของตนควรจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างไร ยั่งยืนได้อย่างไร ควรมีกิจกรรมอะไร ควรมีการกระจายและจัดสรรรายได้ได้อย่างไร รวมถึงประเด็นการมีส่วนร่วมจากการระดมความคิดเห็นมีการจัดเวทีพูดคุย ร่วมกันคิดร่วมกันวางแผนดำเนินการ มีการประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการทำงานร่วมกัน

ภาพที่ 5 เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์มวลรวมต่อคน/ต่อปี ชุมชนตะเคียนเตี้ย จ.ชลบุรี



ที่มา: ผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1) ชุมชนตะเคียนเตี้ย จ.ชลบุรี

1.1) สนับสนุนให้ประชาชนในพื้นที่ชุมชนตะเคียนเตี้ยและจังหวัดชลบุรีเร่งฉีดวัคซีนป้องกันไวรัสโคโรนา 2019 อย่างต่อเนื่องและทั่วถึง เพื่อป้องกันการเจ็บป่วยที่รุนแรงและเสียชีวิตในกรณีติดเชื้อ รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่

1.2) พัฒนาศักยภาพบุคลากรภายในชุมชน อาทิ ทักษะการเป็นวิทยากร ความรู้พื้นฐาน และทักษะด้านภาษาต่างประเทศ รวมถึงการบริหารจัดการภายในชุมชน ซึ่ง คาดว่าพื้นที่จะเป็นที่

นำเสนอสำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้นจากความโดดเด่นของสวนมะพร้าว วิถีชีวิต และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย

1.3) ส่งเสริมให้มีการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างชุมชน รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่มากขึ้น

2) ชุมชนบ้านไร่กองขิง จ.เชียงใหม่

2.1) เสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและเครือข่าย โดยมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพชุมชนให้สามารถเชื่อมโยงแลกเปลี่ยนทรัพยากร ความรู้และประสบการณ์ร่วมกันเพื่อทำงานเป็นเครือข่ายภาคประชาสังคมที่เข้มแข็งได้ในระยะยาว

2.2) จัดสรรแหล่งจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองให้เป็นระเบียบมากขึ้น เพื่ออำนวยความสะดวกในการจำหน่ายสินค้าของคนในชุมชนและเพิ่มรายได้เสริมสำหรับคนในชุมชนมากขึ้นด้วย

2.3) สนับสนุนแนวทางการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น เช่น สื่อออนไลน์หรือหน่วยงานประชาสัมพันธ์ต่างๆ รวมทั้งสินค้าพื้นเมืองที่ขึ้นชื่อของชุมชน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถรวมทั้งกระจายและยกระดับรายได้จากการท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจฐานราก ทุกภาคส่วนควรหันกลับมาให้ความสำคัญ ดังนั้น เพื่อยกระดับรายได้จากการท่องเที่ยวสู่เศรษฐกิจฐานราก ผู้วิจัยขอเสนอแนะแนวทางการพัฒนาดังนี้

1. ส่งเสริมและพัฒนากลไกการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและการกระจายรายได้กลับสู่ชุมชน เพื่อสร้างการเติบโตและการหมุนเวียนของเศรษฐกิจฐานราก ผ่านการรวมตัวของสมาชิกในชุมชนและกระบวนการมีส่วนร่วมจากภาคส่วนต่างๆ อาทิ สหกรณ์ ร้านค้าชุมชน วิสาหกิจชุมชน และ วิสาหกิจหรือกิจการเพื่อสังคม ที่ส่งเสริมการถือหุ้นโดยสมาชิกในชุมชน รวมทั้งการพัฒนาช่องทางและศูนย์กลางตลาดสินค้าชุมชน โดยครอบคลุมถึงช่องทางตลาดออนไลน์ และช่องทางตลาดอื่นๆ

2. สนับสนุนคนรุ่นใหม่หรือเยาวชนในชุมชนให้สามารถดำเนินธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เพื่อให้ธุรกิจเหล่านั้นเป็นผู้ขับเคลื่อนการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าและบริการของชุมชน

3. ควรมีการยกระดับฝีมือแรงงานในการพัฒนาสินค้า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ของที่ระลึกให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น โดยให้คงเอกลักษณ์ของความเป็นไทยในเรื่องของความแตกต่าง รวมทั้งการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานผู้ประกอบการโรงแรมในการเสนอสินค้าและบริการการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ๆ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายตามความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างทางเลือกในการจ่ายเงินซื้อโปรแกรมทัวร์ให้แก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

4. มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หรือ Creative Tourism เป็นเครื่องมือในการพัฒนาการท่องเที่ยว ที่สร้างมูลค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวบนพื้นฐานแห่งความเป็นไทย (Thainess) เช่น วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ตลอดจนการสร้างกิจกรรมหรือเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่มีความโดดเด่น นำเสนอในชุมชนเพื่อสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ทั้งนี้ Creative Tourism จะเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวและเพิ่มวันพักค้างคืนของนักท่องเที่ยว

5. ส่งเสริมให้มีนวัตกรรมทางการเงินเพื่อสนับสนุนแหล่งทุนให้กับเศรษฐกิจชุมชน อาทิ ตลาดทุนในการทำหน้าที่เป็นกลไกในการจัดสรรทรัพยากรด้านเงินทุนเพื่อตอบสนองความต้องการ ของผู้ระดมเงินทุนและผู้ลงทุน ผ่านเครื่องมือทางการเงินที่หลากหลายที่สามารถพัฒนาขึ้นให้มีความเหมาะสมกับความต้องการระดมทุนในจำนวน เงื่อนไขเวลา และต้นทุนที่เหมาะสมกับความต้องการของ ผู้ระดมเงินทุนและชุมชน

6. เสริมสร้างองค์ความรู้และพัฒนาทักษะให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในชุมชน เพื่อยกระดับสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ โดยสร้างโอกาสและการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้ ทั้งทางด้านเทคโนโลยี การจัดการ การบริหารจัดการความเสี่ยง และการตลาด มีทักษะต่างๆ ที่สอดคล้องและจำเป็นต่อการ

ยกระดับ เป็นผู้ประกอบการ มีความรู้ความเข้าใจด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต จัดการคุณภาพและมาตรฐานผลผลิตของตนให้สามารถมีคุณภาพสามารถแข่งขันได้ สามารถเชื่อมโยงและผสมผสานบูรณาการองค์ความรู้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับองค์ความรู้ที่สร้างขึ้นใหม่มาใช้ให้เหมาะสมกับภูมิสังคมของชุมชน

7. การสร้างสภาพแวดล้อมและกลไกที่ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก เน้นส่งเสริมการรวมกลุ่มในรูปแบบที่มีโครงสร้างกระจายรายได้ ทั้งวิสาหกิจชุมชน สหกรณ์ และวิสาหกิจเพื่อสังคม การพัฒนา ช่องทางการตลาดและเครือข่าย เพื่อให้เกิดการจัดการตลาดครบวงจรในรูปแบบการค้าที่เป็นธรรม รวมถึงการมีกติกาให้เกิดโครงสร้างกระจายรายได้ให้กับเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม

8. พัฒนาคุณภาพสินค้าบริการการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชน ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งสาธารณะให้มีความเชื่อมโยงกับเส้นทางการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลต่อการสร้างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวแทบทั้งสิ้น

9. ควรมีการทำการตลาดเชิงรุกในช่องทางที่หลากหลาย และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และควรยกระดับมาตรฐานการบริการและมาตรฐานของสินค้าแปรรูปจากผลิตภัณฑ์ชุมชน พัฒนารูปแบบการสื่อสารทางการตลาด และความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะที่มีคุณภาพเหมาะสมกับชุมชน

เอกสารอ้างอิง

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry)**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.

_____. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)**. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.

พจนาน ศวนศรี. (2546). **เอกสารการสอนชุดวิชา หน่วยที่ 8-15 การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ**. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, นนทบุรี.

พิพัฒน์ ยอดพฤติการ. **มาตรฐาน GPD ชุมชนกันเถอะ**. กรุงเทพธุรกิจ. (10 มิถุนายน 2561).

(12 ตุลาคม 2565) สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/blogs/columnist/119744>

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). **ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ.2563**. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.

สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2563). **นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจ**

ฐานรากเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2558).

ท่องเที่ยวโดยชุมชน. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพมหานคร: โคคุน แอนด์ โค.

_____. (2565). **แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.

_____. (2565). **รีวิวท่องเที่ยวชุมชนบ้านไร่กองขิง**. สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2565 จาก <https://cbtthailand.dasta.or.th/webapp/reviewTravel/>

_____. (2565). **แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพมหานคร: ม.ป.ท.

สำนักงานเทศบาลตำบลหนองควาย. (2564). **รายงานการติดตามประเมินผลแผนพัฒนาเทศบาลตำบลหนองควายประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2564**. (22 ตุลาคม 2565) สืบค้นจาก

<https://takhiantia.go.th/public/list/data/datacategory/catid/82/menu/1196>.

_____. (2563). **รายงานการติดตามประเมินผลแผนพัฒนาเทศบาลตำบลหนองควายประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2564**. (22 ตุลาคม 2565) สืบค้นจาก <https://takhiantia.go.th/public/list/data/datacategory/catid/82/menu/1196>.

สำนักงานเทศบาลตำบลตะเคียนเตี้ย. (2564). **แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ.2566 - 2570)**. (22

มีนาคม 2565) สืบค้นจาก <https://takhiantia.go.th/public/list/data/index/menu/1168>.

_____. (2564). **รายงานผลการดำเนินงานในรอบปีงบประมาณ พ.ศ.2564**. (22 ตุลาคม 2565)

สืบค้นจาก <https://takhiantia.go.th/public/list/data/detail/id/1087/.menu/1196/page/1/catid/7>

- _____. (2563). รายงานผลการติดตามและประเมินผลแผนพัฒนาเทศบาลตำบลตะเคียนเตี้ย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2563. (22 ตุลาคม 2565) สืบค้นจาก <https://takhiantia.go.th/public/list/data/detail/id/1085/menu/1196/page/1/catid/7>.
- Piyawan Chaloechatwanit. 2021. คนไทยมีค่าใช้จ่ายเท่าไรต่อเดือน? ผลสำรวจรายพื้นที่จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2563. (24 ตุลาคม 2565) สืบค้นจาก <https://thematter.co/social/household-spending-2020/152631>.
- Anuchitworawong, C., Panpiemrasand, J., Pupphavesa, W. (2007). Pro-Poor Tourism Development in Thailand, Bangkok: TDRI.
- Ashley, C. (2000). The impacts of tourism on rural livelihoods: Namibia's Experience, ODI Working Paper No. 128. London: ODI.
- Ashley, C., Roe, D., Goodwin, H. (2001). Pro-Poor Tourism Strategies: Making Tourism Work for the Poor, A review of experience, London: ODI, IIED.
- South Australian Tourism Commission (2007). หลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่สัมพันธ์กับเศรษฐกิจสังคม และสภาพแวดล้อม สืบค้นจาก https://doi.nrct.go.th/ListDoi/Download/236260/f3c8fe7f9be5638d79cf3906ff1b613c?Resolve_Doi=10.14457/TU.the.2011.26

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID
(Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพ
ของพนักงานบริษัท ไทยแอร์เอเชีย

Factors influencing intentional behavior in using RFID (Radio Frequency Identification)
system in counting life jackets of Thai AirAsia employees

เนติกร อังสุพันธุ์โกศล¹ พัชราวดี ตรีชัย² อาริรัตน์ เส้นสด³

บทคัดย่อ

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพของพนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชีย ซึ่งการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพของพนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชีย จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลของต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพของพนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชีย และ 3) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความสำเร็จของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีอิทธิพลของต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพของพนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชีย โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการสายการบินบางกอกแอร์เวย์ จำนวน 240 คน โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test และการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการศึกษาด้านประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้แก่ เพศชาย อายุระหว่าง 20-29 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และประสบการณ์ทำงานมากที่สุด ได้แก่ 5-10 ปี และมีผลการศึกษาในแต่ละด้านดังนี้ ปัจจัยด้านการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านความสำเร็จของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านการศึกษาพฤติกรรมความตั้งใจใช้เทคโนโลยี RFID ของพนักงานไทยแอร์เอเชีย ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า พนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชียที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนพนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชียที่มีอายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงานแตกต่างกัน มีพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ส่วนปัจจัย

ด้านการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพ ความคาดหวังในการใช้งาน อิทธิพลของสังคม และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยด้านความสำเร็จของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ประกอบด้วย คุณภาพระบบ คุณภาพข้อมูล และคุณภาพบริการ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : บริษัทไทยแอร์เอเชีย ระบบ RFID การยอมรับและการใช้เทคโนโลยี
ความสำเร็จระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ABSTRACT

Factors influencing intentional behavior in using RFID (Radio Frequency Identification) system for counting the number of life jackets of Thai AirAsia employees. This research is a quantitative research. The objectives of the research were 1) to study intentional behavior in using the RFID (Radio Frequency Identification) system for counting the number of life jackets of Thai AirAsia employees. Classified by demographic characteristics, 2) to study the factors of acceptance and use of technology that influence behavioral intention of using RFID (Radio Frequency Identification) system for counting the number of life jackets of Thai AirAsia employees and 3) to study the success factors of information technology systems that influence on the behavioral intention of using the RFID (Radio Frequency Identification) system in counting the number of life jackets of Thai AirAsia employees. A questionnaire was used as a tool to collect data from 240 of Thai passengers using Bangkok Airways. The statistics used for data analysis were frequency, percentage, standard deviation, t-test, F-test and Multiple Regression Analysis.

The results of the study of demographic factors revealed that most of the samples were males, aged between 20-29 years old, graduated with a bachelor's degree. And the most work experience, which is 5-10 years. The results of education in each area as follows Factors in adoption and use of technology the success of the information technology system and the study of the intentional behavior of Thai AirAsia employees using RFID technology. Overall, it was at the highest level.

The results of the hypothesis test revealed that Thai AirAsia employees with different genders, there was a difference in intentional behavior in using the RFID (Radio Frequency Identification) system to count the number of life jackets at the statistical significance level of 0.05. level of education work experience is different There was no difference in intentional behavior of using the RFID (Radio Frequency Identification) system to count the number of life jackets with a significance of 0.05. The factors of acceptance and use of technology consisted of efficiency expectations, Usage Expectations, social influence and condition of facilities Influences intentional behavior in using RFID (Radio Frequency Identification) system to count the number of life jackets. At the level of statistical significance at the 0.05 level. And The success factors of the information technology system consist of System quality, data quality, and service quality Influences intentional behavior in using RFID (Radio Frequency Identification) system to count the number of life jackets. at the level of statistical significance at the 0.05 level.

Keywords: Thai AirAsia, RFID System, Acceptance and use of technology, Information technology system success

ที่มาและความสำคัญ

การนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้งานภายในองค์กรทั้งด้านซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ในปัจจุบันเป็นการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการจัดการบริหารองค์กร เพื่อให้เกิดความสะดวกรวดเร็ว ประหยัดทรัพยากร สามารถเรียกดูข้อมูลได้ง่ายทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงานหรือได้มาตรฐานของการทำงานที่มีคุณภาพ (บุญเลิศ สงวนวัฒนา และ รุ่งโรจน์ สงวนวัฒนา, 2560) และในการประยุกต์ใช้งานเทคโนโลยี RFID มีรูปแบบที่หลากหลาย ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์ที่แตกต่างกัน แต่ยังคงขึ้นอยู่กับหลักการและพื้นฐานเดียวกัน นั่นคือ การใช้คลื่นความถี่วิทยุเพื่อระบุเอกลักษณ์และตัวตนของวัตถุแทนการระบุด้วยวิธีการอื่น ซึ่งวิธีการนี้จะช่วยทำให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ปัจจุบันหลายองค์กรได้นำเอาเทคโนโลยีดังกล่าวมาพัฒนาร่วมกับการใช้งานภายในองค์กรในรูปแบบต่าง ๆ เช่น บัตรประจำตัวประชาชน บัตรเอทีเอ็ม บัตรสำหรับผ่านเข้าออกสำนักงาน บัตรโดยสารของสายการบิน บัตรจอดรถ รวมถึงฉลากสินค้าต่าง ๆ หรือแม้แต่การฝังลงในตัวของสัตว์ เพื่อเป็นบันทึกประวัติ เป็นต้น (สุริยา ศรีทอง 2559) รวมถึงระบบ RFID ถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะช่วยให้การประกอบธุรกิจบรรลุผลสำเร็จ

เทคโนโลยี RFID เป็นระบบฉลากที่ได้ถูกพัฒนาขึ้น ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1980 เพื่อวัตถุประสงค์หลักในการใช้กับงานที่ระบบฉลากแบบบาร์โค้ด (Bar code) ไม่สามารถใช้งานได้ เป็นเทคโนโลยีที่รับส่งข้อมูลแบบไร้สาย ที่สะดวกและง่ายต่อการจัดการข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ โดยสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการจัดเก็บ

ข้อมูลได้หลายประเภท อย่างมีประสิทธิภาพ สะดวก รวดเร็ว และเพิ่มความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น (วัชรกร หนูทอง, 2548) นอกจากนี้เทคโนโลยี “RFID” จะช่วยทำให้การทำงานเรื่องการตรวจนับ การเช็คสต็อกสินค้า เป็นเรื่องที่ยง่ายขึ้น อีกทั้งยังลดความผิดพลาดลงได้อย่างเห็นได้ชัดเจน

ในการดำเนินธุรกิจการบิน ความปลอดภัยถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการประกอบกิจการการบินพาณิชย์ ทั้งนี้สายการบินพาณิชย์ทุกสายการบินทั่วโลกรวมถึงสายการบินพาณิชย์ในประเทศไทยซึ่งอยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย หรือ The Civil Aviation Authority of Thailand (CAAT) จำเป็นต้องมีการจัดฝึกอบรมด้านความปลอดภัยให้แก่เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติการบินในทุกส่วนงาน เพื่อให้เกิดความปลอดภัยสูงสุดสำหรับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานและผู้ให้บริการ รวมถึงอุปกรณ์ ทรัพย์สิน และตัวอากาศยานเป็นการฝึกอบรมเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอันตรายและเพื่อรับมือกับเหตุการณ์ฉุกเฉินและเหตุการณ์ผิดปกติที่อาจเกิดขึ้น โดยเฉพาะเชื้อขูชีพในอากาศยานที่มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการนับจำนวน การจัดเก็บเป็นสิ่งสำคัญของขั้นตอนการจัดเก็บเชื้อขูชีพและการเตรียมความพร้อมสำหรับการใช้ในสถานการณ์ฉุกเฉิน

นอกจากนี้การวัดประสิทธิภาพในการจัดการคลังสินค้าที่ดีจะช่วยให้เกิดประโยชน์ต่อการบริหารคลังสินค้าได้ เพราะจะทำให้ทราบได้ว่าตัวแปรใดบ้าง ที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า การวางแผนบริหารจัดการคลังสินค้าที่ดี เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ และสามารถต่อสู้กับคู่แข่งทางธุรกิจได้ ซึ่งคลังสินค้ามีความสำคัญที่สุดในระบบโลจิสติกส์ในการบริหารจัดการคลังสินค้าต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญหลายอย่างเข้ามาพร้อมด้วย ความสำคัญของการบริหารคลังสินค้าคือ ความถูกต้องแม่นยำ ความรวดเร็ว การนำเอาระบบการจัดการคลังสินค้ามาใช้เพื่อให้การทำงานในหน่วยงานมีความถูกต้องและสามารถตรวจสอบได้ การจัดเก็บสินค้าในคลังสินค้าต้องมีระบบมาช่วยในการบริหารจัดการ เพราะหากผู้ประกอบการมีความหลากหลายของชนิดสินค้าจะทำให้มีข้อมูลเป็นจำนวนมากเกินกว่าจะใช้พนักงานมาจดจำหรือบันทึกได้

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาผู้วิจัยจึงทำการศึกษารณีการประยุกต์ใช้ RFID ในการนับจำนวนเชื้อขูชีพในอากาศยานเข้ามาใช้ในการจัดการคลังสินค้าสำหรับอากาศยาน เพื่อให้เกิดการทำงานอย่างเป็นระบบและคุ้มค่าแก่การลงทุน เป็นการควบคุมการรับสินค้า การจัดเก็บและการเคลื่อนย้ายสินค้าซึ่งจะสามารถช่วยให้การทำงานสะดวก รวดเร็วและให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีด้านความสำเร็จของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีอิทธิพลของต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเชื้อขูชีพของพนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชีย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพของพนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชีย จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับและการใช้เทคโนโลยีที่มีอิทธิพลของต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพของพนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชีย
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความสำเร็จของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ที่มีอิทธิพลของต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพของพนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชีย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ความสำเร็จของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านพฤติกรรมความตั้งใจในการทำงานของพนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชีย
2. นำผลการศึกษาไปเป็นแนวทางให้กับผู้บริหารหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาระบบ RFID ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพ เพื่อลดอัตราความผิดพลาดในการนับและจัดเรียงเสื้อชูชีพของพนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชีย
3. นำผลการศึกษาไปเป็นข้อมูลให้กับผู้ประกอบการในลักษณะเดียวกัน ในการวางแผนและพัฒนาระบบ RFID ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพของพนักงาน

วิธีการดำเนินวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ พนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชีย ที่อยู่ในประเทศไทย จำนวน 240 คน โดยทำการศึกษาพนักงานช่วงทุกคน รวมทั้งสิ้น 240 คน (ชูศักดิ์ อุดมศรี, 2545) มีความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 95

1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

2.2 กำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างแบบสอบถามจากเนื้อหา ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ และขอบเขตของการวิจัย

2.4 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษา ดำเนินการปรับปรุงตามคำแนะนำหลังจากนั้นนำไป

1) ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ผู้วิจัยศึกษานำแบบประเมินที่ได้จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาและตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ (Wording) และตรวจสอบคำถามที่ปรากฏในแบบประเมินเป็นรายข้อ และนำผลที่อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจไปวิเคราะห์เป็นรายข้อ เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไขก่อนนำไปสอบถามในการเก็บข้อมูลจริง โดยกำหนดคะแนนของแต่ละข้อดังนี้

ถ้าผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าสอดคล้อง ตรงกับวัตถุประสงค์ ให้ 1 คะแนน

ถ้าผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าไม่สอดคล้อง ไม่ตรงกับวัตถุประสงค์ ให้ -1 คะแนน

ถ้าผู้เชี่ยวชาญไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ให้ 0 คะแนน

จากนั้นจึงนำผลคะแนนที่ได้ในแต่ละข้อไปคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ของความสอดคล้อง (Index of Concordance : IOC) ระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) มีเกณฑ์ระหว่าง 0.67 - 1 (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2557) มาใช้ในแบบประเมินและผลการวิเคราะห์พบว่า ข้อคำถามทุกข้ออยู่ในเกณฑ์ที่กำหนด จึงสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ได้

2) ตรวจสอบหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เพื่อให้แน่ใจว่าคำถามมีความน่าเชื่อถือในเชิงสถิติ โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบก่อนใช้จริง (Pre - Test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรที่ศึกษา จำนวน 30 ชุด และ นำมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค โดยหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ตามสูตรในการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของ Cronbach's Alpha Coefficient ดังนี้ (สุวิมล ติรภานันท์, 2550) กำหนดเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับต้องมีค่าตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป และในการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้พบว่ามีความเชื่อมั่นอยู่ที่ระดับ 0.98

2.2 ลักษณะของเครื่องมือ การสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ เป็นข้อมูลส่วนบุคคลของพนักงาน ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ทำงาน คำถามเป็นลักษณะการเลือกตอบ (Check-List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี มีทั้งหมด 4 ด้าน ประกอบด้วย ความคาดหวังในประสิทธิภาพความคาดหวังในการใช้งาน อิทธิพลของสังคม (Social Influence) และสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน คำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบสอบถามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยกำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยด้านความสำเร็จของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งหมด 3 ด้าน ประกอบด้วย คุณภาพของระบบ คุณภาพของข้อมูลสารสนเทศ คุณภาพของการบริการ คำถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบสอบถามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) โดยกำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสอบถามปัจจัยด้านพฤติกรรมความตั้งใจเชิงในการใช้เทคโนโลยี RFID มีลักษณะเป็นแบบมาตราประเมินค่า (Rating Scale) ตามแบบสอบถามมาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) กำหนดหลักเกณฑ์การให้คะแนนออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ดังนี้

แบบสอบถามในตอนี่ 2 ตอนที่ 3 และตอนที่ 4 ใช้คำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ มีคะแนนแต่ละระดับ ดังนี้

มากที่สุด	5	คะแนน
มาก	4	คะแนน
ปานกลาง	3	คะแนน
น้อย	2	คะแนน
ที่น้อยที่สุด	1	คะแนน

เมื่อรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และทำการแจกแจงความถี่แล้ว จะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งระดับความคิดเห็นของพนักงาน ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2553)

ระดับคะแนน	ระดับความคิดเห็น
4.21 - 5.00	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
2.61 - 3.40	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับกลาง
1.81 - 2.60	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.80	มีความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม โดยการสร้างแบบสอบถามเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การเดินทางไปพบกลุ่มตัวอย่างเพื่อแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้นนำแบบสอบถามกลับมาตรวจทานความถูกต้องก่อนจะนำมาลงรหัสเพื่อประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากหนังสือ บทความจากวารสาร ผลงานวิจัยและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบการค้นคว้ากำหนดเป็นแนวคิดในการศึกษาและใช้อ้างอิงในการเขียนรายงานผลการศึกษา

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประมวลผลข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติด้วยสถิติ ดังต่อไปนี้
ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่เก็บรวบรวมได้ทั้งหมดมาประมวลผลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ดังนี้

4.1 สถิติพรรณนา เพื่อการอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics)

4.1.2 สถิติวิเคราะห์ค่าที่ (Independent Sample t-test) เพื่อทดสอบการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระที่มีการแบ่งกลุ่มเป็น 2 กลุ่ม

4.1.2 สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way Analysis of Variance หรือ One-Way ANOVA) เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปร 3 กลุ่มขึ้นไป ใช้ในการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ด้านอายุ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ทำงาน

4.1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไปกับตัวแปรตาม และใช้วิธีการเลือกตัวแปรโดยการนำตัวแปรเข้าทั้งหมด (Enter Regression) เพื่อเปรียบเทียบทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระตั้งแต่ 2 ตัวแปรขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

สรุปผลการวิจัย

ผลศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยนำเสนอผลการศึกษาด้านต่างๆ ได้แก่ ด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ด้านการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี ด้านความสำเร็จของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศกับ และด้านพฤติกรรมความตั้งใจเชิงในการใช้เทคโนโลยี RFID และผลการทดสอบสมมติฐาน ปรัชญาผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ผลการศึกษาศึกษาปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์

ผลการศึกษาศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ได้แก่ เพศชาย อายุระหว่าง 30-39 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และมีประสบการณ์ทำงานอยู่ระหว่าง 5-10 ปี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี

การศึกษาค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน พบว่า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1) ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ 2) ความคาดหวังในการใช้งาน 3) อิทธิพลของสังคม และ 4) สภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน และเมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละด้าน ปรากฏผลดังนี้

ด้านความคาดหวังในประสิทธิภาพ พบว่า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความคิดเห็นระดับมากที่สุดทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1) ระบบ RFID มีความน่าเชื่อถือและถูกต้อง 2) ระบบ RFID ช่วยลดระยะเวลาในการทำงาน และ 3) ระบบ RFID ตอบสนองต่อการทำงานได้อย่างรวดเร็ว

ด้านความคาดหวังในการใช้งาน พบว่า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ ความคิดเห็นระดับมากที่สุด ได้แก่ ระบบ RFID สามารถใช้งานได้ง่าย จะมีความชำนาญในระยะเวลาอันสั้น ความคิดเห็นระดับมากที่สุด ได้แก่ 1) เมื่อเกิดปัญหาในการใช้งานระบบ RFID องค์กร มีคู่มือที่สามารถช่วยแก้ไขระบบได้ทันท่วงที และ 2) ระบบ RFID มีผู้เชี่ยวชาญที่ให้ข้อมูลแก่ท่านได้อย่างเพียงพอ

ด้านอิทธิพลของสังคม พบว่า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความคิดเห็นระดับมากที่สุด ได้แก่ 1) องค์กรของท่านส่งเสริมและสนับสนุนการใช้งานระบบ RFID ในการปฏิบัติงาน และ 2) ท่านรู้จักระบบ RFID จากเพื่อนร่วมงาน และมีความคิดเห็นระดับมากที่สุด ได้แก่ ท่านรู้จักระบบ RFID นวัตกรรม เทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่

ด้านสภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในการใช้งาน พบว่า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่ามีความคิดเห็นระดับมากที่สุดทุกข้อ ได้แก่ 1) องค์กรของท่านสามารถตอบสนองอุปกรณ์ที่ใช้ในระบบ RFID ได้ 2) ระบบ RFID มีความเหมาะสมกับงานของท่าน และ 3) ระบบ RFID มีความเหมาะสมกับเครื่องมือและอุปกรณ์ในองค์กรของท่าน

ผลการวิเคราะห์ความสำเร็จของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ

ปัจจัยด้านความสำเร็จของระบบเทคโนโลยีพบว่า ในภาพรวมมีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ระดับความคิดเห็นมากที่สุด ได้แก่ ด้านคุณภาพของระบบ และมีความคิดเห็นอยู่ใน

ระดับมาก ได้แก่ ด้านคุณภาพของข้อมูล และด้านคุณภาพของการบริการ ปรากฏผลการวิเคราะห์ รายละเอียดในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านคุณภาพของระบบ พบว่า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความคิดเห็นระดับมากที่สุด ได้แก่ RFID เป็นระบบที่มีคุณภาพสูง น่าเชื่อถือ ตรวจสอบได้ และมีความคิดเห็นระดับมาก ได้แก่ เวลาในการตอบสนองของระบบ RFID มีความรวดเร็ว และระบบ RFID สามารถเข้าถึงง่ายและสะดวกในการใช้งาน

ด้านคุณภาพของข้อมูล พบว่า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความคิดเห็นระดับมากที่สุด ได้แก่ ข้อมูลสารสนเทศมีความถูกต้องและครบถ้วนตรวจสอบแหล่งที่มาได้ และมีความคิดเห็นระดับมาก ได้แก่ ข้อมูลสารสนเทศที่ได้ทันสมัยอยู่เสมอ และทันและตรงต่อความต้องการใช้ และข้อมูลสารสนเทศเข้าใจง่าย ไม่ซ้ำซ้อน

ด้านคุณภาพการบริการ พบว่า มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ามีความคิดเห็นระดับมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1) ผู้ให้บริการให้บริการระบบ RFID ทำให้ผู้รับบริการพึงพอใจ 2) เมื่อเกิดปัญหา ผู้ให้บริการให้บริการจัดการปัญหาได้อย่างรวดเร็ว และ 3) ผู้ให้บริการสามารถสร้างความไว้วางใจให้ผู้ใช้บริการ

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมความตั้งใจใช้เทคโนโลยี RFID

ปัจจัยด้านพฤติกรรมความตั้งใจใช้เทคโนโลยี RFID ของพนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชีย ในภาพรวม มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด ทุกข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ 1) ท่านตั้งใจที่จะใช้ระบบ RFID เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในงาน 2) ระบบ RFID ทำให้องค์กรของท่านทำงานได้อย่างรวดเร็ว และทั่วถึงทุกพื้นที่ 3) ท่านจะแนะนำถึงประสิทธิภาพการใช้ระบบ RFID ให้กับเพื่อนร่วมงาน 4) ท่านคิดว่าระบบ RFID จะทำให้มีผู้กลับมาใช้ซ้ำ เมื่อมีการขยายองค์กร RFID มี และ 5) ท่านรับรู้ข้อดีข้อเสียของระบบ RFID จากแหล่งต่างๆ ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นใช้ระบบ RFID

ผลการทดสอบสมมติฐาน

การทดสอบสมมติฐานเพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพในอากาศยานของพนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชีย โดยสถิติที่ใช้วิเคราะห์ ได้แก่ t-test และ one-way ANOVA (F-Test) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของตัวแปร และการถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม มีผลการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 พนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชียที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพแตกต่างกันพบว่า

พนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชียที่มีเพศแตกต่างกัน มีพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2. พนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชียที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพแตกต่างกัน พบว่าพนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชียที่มีอายุแตกต่างกัน มีพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 พนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชียที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพแตกต่างกัน พบว่า พนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชียที่มีการศึกษาที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 4 พนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชียที่มีประสบการณ์ทำงานแตกต่าง มีพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพแตกต่างกัน พบว่า พนักงานบริษัทไทยแอร์เอเชียที่มีประสบการณ์ทำงานแตกต่างกัน มีพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.05 ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 5 การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพ พบว่า การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีมีอิทธิพลพฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณารายด้าน สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ มากที่สุด ได้แก่ สภาพสิ่งอำนวยความสะดวก รองลงมาคือ อิทธิพลของสังคม ความคาดหวังในประสิทธิภาพและความคาดหวังในการใช้งาน ตามลำดับ

สมมติฐานที่ 6 ความสำเร็จของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพ พบว่า ความสำเร็จของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมความตั้งใจใช้พฤติกรรมความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ มากที่สุด ได้แก่ คุณภาพระบบ รองลงมาคือ คุณภาพระบบ และคุณภาพบริการ ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์พบว่าพนักงานที่มีเพศต่างกัน มีพฤติกรรมการความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพแตกต่างกัน สายการบินอาจต้องหาแนวทาง หรือวางกลยุทธ์ด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลให้มีพฤติกรรมและมีความตั้งใจในแนวทางเดียวกัน

2. การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีมีพบว่า อิทธิพลต่อพฤติกรรมการความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพของพนักงานที่สูง ดังนั้น สายการบินจึงควรพิจารณาส่งเสริมและวางนโยบายด้านเทคโนโลยีเพื่อให้พนักงานได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเรียนรู้เทคโนโลยีอยู่เสมอ แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบด้านความคาดหวังในการใช้งานมีอิทธิพลน้อยสุด สายการบินจึงควรสร้างความมั่นใจให้กับพนักงานในระบบการใช้งานระบบ RFID

3. ความสำเร็จของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่า มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการความตั้งใจใช้พฤติกรรมการความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าคุณภาพการบริการมีอิทธิพลน้อยกว่าด้านคุณภาพระบบและด้านคุณภาพข้อมูล สายการบินจึงควรพัฒนา ผูกอบรวมพนักงานให้มีเล็งเห็นถึงคุณภาพการบริการตลอดจนกระบวนการต่างๆ ในการบริการมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาถึงทฤษฎีที่เกี่ยวข้องหรือตัวแปรอื่น เพื่อให้เห็นถึงมุมมอง และพฤติกรรมการสอดคล้องการพิจารณาถึงความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่ส่งผลต่อการทำงานในด้านอื่น

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมโดยใช้วิธีการวิจัยในรูปแบบอื่นๆ เช่น การวิจัยเชิงคุณภาพ เช่นการสัมภาษณ์เชิงลึก ในด้านของปัญหา อุปสรรคของพฤติกรรมการความตั้งใจในการปฏิบัติงานของพนักงาน

3. ควรศึกษาพฤติกรรมการความตั้งใจในการใช้งานระบบ RFID (Radio Frequency Identification) ในการนับจำนวนเสื้อชูชีพ เปรียบเทียบกับสายการบินอื่นๆ เพื่อนำผลการศึกษามาพัฒนาระบบให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กันตภณ พลิวไธสง. (2557). *เครื่องคัดแยกวัตถุอัตโนมัติตามสายพานลำเลียง*. วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ปีที่ 7(1) (มกราคม-มิถุนายน) หน้า 88-96.
- ชูศักดิ์ อุดมศรี (2545). *ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.
- เทพ เกื้อทวีกุล (2558). การนำเอาเทคโนโลยี RFID เพื่อนำไปประยุกต์ใช้งานด้านการเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร. *SDU Research Journal*. 8(3): Sep-Dec.
- ทัศนพงษ์ มงคลรัตน์ และกิตติพงษ์ สุวรรณราช (2558). *การพัฒนาระบบการโจรกรรมรถโดยใช้ RFID บนรถมอเตอร์ไซด์*. การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 2. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- ธนวรรณ สำนวนกลาง (2559). *การยอมรับเทคโนโลยีการทำธุรกรรมทางการเงิน รูปแบบ "M - Banking"*. สาขาวิชาการบริหารเทคโนโลยี วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ (2557). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS*. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนสามัญปิซิเนสส์อินเตอร์เนต.
- นิธินาถ วงศ์สวัสดิ์ (2557). *ความตั้งใจของผู้ซื้อขายหลักทรัพย์ผ่าน อินเทอร์เน็ต*. *สมาคมนักวิจัย*, 2(19), 56-67.
- บุญเลิศ สงวนวัฒนา และ รุ่งโรจน์ สงวนวัฒนา (2560). *ระบบตรวจนับครุภัณฑ์ด้วย RFID*. คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- พริ้มเพรา กันธิยะและคณะ (2560). *ปัจจัยความสำเร็จในการใช้งานระบบ Application SMART ของ Merchandiser : กรณีศึกษาบริษัทดีเคเอสเอช สมอล*. จังหวัดสมุทรปราการ: คณะ บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- พูนเพิ่ม เสรีวิชัยสวัสดิ์ (2561). *การยอมรับและการใช้เทคโนโลยี : บทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากร ในอุตสาหกรรมไมซ์ของประเทศไทย*. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี ปีที่ 13 ฉบับที่ 3 (กันยายน-ธันวาคม)
- บังอรรัตน์ สำเนียงเพราะ (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีสำนักงานเสมือน กรณีศึกษา: หน่วยงานปฏิบัติการภาคสนาม องค์การผู้ให้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่*. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภัทราวดี วงศ์สุเมธและคณะ (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับและการใช้งานระบบการเรียนผ่านเว็บ*. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เรืออากาศเอกรุ่งกิจ กมลกลาง (2552). *การประยุกต์ใช้ RFID กับการควบคุมยานพาหนะเข้า-ออก กรณีศึกษาโรงเรียนเจ้าอากาศ*. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (บริหารเทคโนโลยี สารสนเทศ).โครงการ

ร่วมระหว่างคณะบริหารธุรกิจและสำนักการศึกษาระบบสารสนเทศ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

วัชรกร หนูทอง (2548). *Radio Frequency Identification*. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 มิถุนายน 2550 จาก http://www.geocities.com/kitalo17/what_is_RFID.htm

สิริยาภรณ์ ผาลาวรรณ และสุรพล ฤทธิรวมทรัพย์ (2558). *การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี RFID ในงานห้องสมุด*. วารสารวิจัยสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทย. ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 ม.ค. – มิ.ย.

สุวิมล ตีรกันันท์ (2550). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์: แนวทางปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุริยา ศรีทอง (2559). *การออกแบบ RFID Tag เพื่อใช้งานกับวัสดุที่เป็นของเหลวในย่านความถี่ UHF. โครงการนวัตกรรมไตรมาสแรก*. หลักสูตรวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมไตรมาสแรก หลักสูตรปรับปรุง พ.ศ. 2554. สำนักวิชาวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

สิงหะ ฉวีสุข และ สุันทา วงศ์ตุรภัทร (2555). *ทฤษฎีการยอมรับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ* KMITL Information Technology Journal, (Jan. – Jun).

อรรวรรณ สุขยานี. (2558). *ความตั้งใจในการใช้ระบบสารสนเทศการบริหารทรัพยากรบุคคลของบุคลากรสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*. กรุงเทพฯ: สำนักวิจัยสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

อาทิตย์ เกียรติกำจร (2557). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยี : กรณีศึกษาการใช้เทคโนโลยี Interactive whiteboard ในการเรียนการสอนของคณะแพทยศาสตร์ศิริราชพยาบาล*. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เอกลักษณ์ ธนเจริญพิศาล (2554). *ความตระหนักและการยอมรับการนาระบบการจัดการ 60 สิ่งแวดล้อม (ISO 14001) มาใช้ในองค์การภาครัฐ: ศึกษากรณีสำนักงานนโยบายและแผน ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อรุณทัย พัยคฆงพงษ์ (2560). *แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี Technology Acceptance Model TAM*. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี* Vol. 11 No. 25 (พฤษภาคม – สิงหาคม)

Ajzen, I. (1991). *The theory of planned behavior*. Organ Behav Hum Dec Proc, 50(2), 121–79.

DeLone and McLean (2003). *Model of information Systems Success: A Ten-Year Update*. Journal of management Information systems, 4, 9-30.

Harrison et al., (1997). *Executive Decision about Adoption of Information Technology in Small Business: Theory and Empirical Test*. Information System Research, vol. 8, no. 2, pp. 171-195, 1997

- Parasuraman et al., (2005). *E-S-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality*. Journal of Service Research, 7(3), 213–234.
- Park (2009) Park, J. K. (2009). *Online service personalization for apparel shopping*. Journal of Retailing and Consumer Services, 16(2), 83-91
- Taylor, S., & Todd, P. (1995). *Assessing IT usage: The role of prior experience*. MIS quarterly, 561-570.
- Venkatesh (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. MIS quarterly. 27(3), 425-478.
- Venkatesh, V., Brown, S.A., Maruping, L.M., & Bala, H. (2008). *Predicting Different Conceptualizations of Systems Use: The Competing Roles of Behavioral Intention, Facilitating Conditions and Behavioral Expectancy*. MIS Quarterly, 32(3), 483-502.

มหกรรมฟุตบอลโลก 2022 กับการกระตุ้นเศรษฐกิจในกาตาร์

(World Cup 2022 in stimulating Qatar's Economy)

ดร.บัณฑิต อารอมัน

วิทยาลัยนานาชาติอิสลามกรุงเทพ

มหาวิทยาลัยเกริก

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่อง “มหกรรมฟุตบอลโลก 2022 กับการกระตุ้นเศรษฐกิจในกาตาร์” มีเป้าหมายการศึกษาเพื่อ 1) ทำความเข้าใจความเป็นมาของการจัดฟุตบอลโลกในกาตาร์ปี 2022 และ 2) ศึกษาโอกาสทางเศรษฐกิจของกาตาร์ผ่านการจัดฟุตบอลโลกปี 2022 ซึ่งเป็นหนึ่งในเป้าหมายหลักของกาตาร์สู่การผลักดันให้เกิดผลสำเร็จด้านธุรกิจและความร่วมมือทางเศรษฐกิจในมิติของการท่องเที่ยว และการลงทุนเพื่อปรับเปลี่ยนประเทศให้เป็นศูนย์กลางของนักท่องเที่ยวระดับโลก

จากผลการศึกษา พบว่า แม้จะยังไม่เห็นผลที่ชัดเจนต่อจุดคุ้มทุน แต่การจัดฟุตบอลโลกในปี 2022 ที่ต้องใช้งบประมาณจำนวนมากถึง 200,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และใช้แรงงานจากต่างประเทศจำนวนมากถึง 1.7 ล้านคน เพื่อจัดเตรียมความพร้อมตั้งแต่เส้นทางการคัดเลือกเป็นเจ้าภาพฟุตบอลโลก ทำให้เกิดการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับประเทศกาตาร์เป็นอย่างมาก เช่น กระแสของฟุตบอลโลกเป็นปัจจัยกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศในเชิงการผลักดันให้ประเทศกาตาร์เป็นจุดหมายปลายทางของนักธุรกิจทั่วโลก เป็นศูนย์กลางทางการเงิน ปรับภาพลักษณ์ของประเทศให้เป็นศูนย์กลางการลงทุน การเชื่อมทางการค้า การปรับเปลี่ยนโครงสร้างพื้นฐานของประเทศจากเดิมที่เป็นพื้นที่ทะเลทราย กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับสูง และเน้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระยะยาว พร้อมกับบูรณาการระหว่างความโดดเด่นทางอารยธรรม มรดกของประเทศ สร้างความเป็นเลิศด้านการศึกษาและความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ

นอกจากนี้ ยังมีข้อค้นพบว่าการใช้แนวคิดการด้านการส่งเสริมการจัดกิจกรรมกีฬาในระดับนานาชาติ นั้นเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว และดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนอีกด้วย ทั้งในแง่ของการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาที่อยู่อาศัยแบบหรูหรา เจาะกลุ่มตลาดคนระดับสูง ซึ่งในกรอบวิสัยทัศน์

2030 ของกาตาร์ก็ได้มีเป้าหมายเพื่อพัฒนายกระดับคุณภาพชีวิตของพลเมืองในทุกด้านเพื่อให้สังคมมีความมั่นคงและเสถียรภาพทางเศรษฐกิจสูงเช่นกันด้วย

คำสำคัญ 1) กาตาร์ 2) วิสัยทัศน์ 2030 3) ฟุตบอลโลก 2022 4) เศรษฐกิจ 5) การท่องเที่ยว

Abstract

The article on “World Cup 2022 in stimulating Qatar’s Economy” aims to study on 1) Understanding the background for hosting World Cup 2022 in Qatar and 2) to study the economic opportunity of Qatar through World Cup 2022 which is one of the main goals of Qatar to engage the key success of business and economic cooperation in tourism, investment and reimage the nation to be as a central of high-end tourism.

The study found that even no evident to prove the break-even points but organizing World Cup 2022 which spend highest ever about 200,000 \$ million and project done by foreign migrant workers in approximately 1.7 million people for hosting the World Cup shown the business opportunities in Qatar such as the trend of World Cup is becoming the key stimulate the national economy and support investors to invest in Qatar, this opportunity could be achieve in financial hub, and reimage the nation from the desert to tourist attraction for high-end groups and also focused on medical tourism in a long term. Qatar has integrated from the local civilization, national heritage and the intellectual of education for the economic sustainability.

Moreover, it is found that the concept of supporting international sport events are related to promotion of tourism and engage the investor around the globe to invest in Qatar, not only in the development of luxury and sustainability of the nation under the guideline of Qatar’s vision 2030 but also aims to develop the quality of people in Qatar in all aspects in order to support the social security and instability.

Keywords 1) Qatar 2) Vision 2030 3) World Cup 2020 4) Economic 5) Tourism

บทนำ

ประเทศกาตาร์กับประชากรกว่า 3 ล้านคน เป็นประเทศขนาดเล็กในภูมิภาคตะวันออกกลาง (เอเชียตะวันตก) มีพื้นที่ติดกับอ่าวอาหรับ เป็นประเทศเล็กที่มีฐานะทางเศรษฐกิจดี มีรายได้ประชากรต่อหัวสูงเป็นลำดับต้นของโลก และสูงที่สุดในกลุ่มประเทศอ่าวอาหรับ (GCC) อีกทั้งยังมีแหล่งก๊าซธรรมชาติใหญ่เป็นอันดับสามของโลก รองจากรัสเซียและอิหร่าน และบทบาทสำคัญทั้งด้านเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน และการเมืองระหว่างประเทศ (กระทรวงการต่างประเทศ, 2563)

การที่กาตาร์ทุ่มงบประมาณกว่า 200,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (7.2 ล้านล้านบาท) เพื่อเป็นเจ้าของภาพจัดการแข่งขันฟุตบอลโลกในปี 2022 นั้นนับว่าเป็นครั้งแรกในภูมิภาคตะวันออกกลางที่มีการจัดแข่งขันและเป็นประเทศเขตเมืองร้อน แต่กาตาร์กลับพลิกโฉมประเทศด้วยการทุ่มทุนที่มีมูลค่ามากที่สุดในโลกนับตั้งแต่มีการจัดฟุตบอลโลกมา ในขณะที่กาตาร์มีความมุ่งหวังว่าผลจากการจัดมหกรรมฟุตบอลโลกนี้จะสร้างมูลค่าด้านการท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้จากการจัดฟุตบอลโลกไม่ต่ำกว่า 17,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (6 แสนล้านบาท) ในช่วงการแข่งขัน

แม้ว่าการลงทุนจะมากกว่ารายรับที่คาดไว้ แต่เป็นการลงทุนระยะยาวที่จะดึงดูดการท่องเที่ยวและนักลงทุนเข้าประเทศได้อีกจำนวนมากตามวิสัยทัศน์ 2030 เมื่อกระแสการจัดงานมหกรรมฟุตบอลโลกเป็นส่วนหนึ่งของการกระตุ้นเศรษฐกิจ ทำให้กลุ่มแฟนบอลกว่าแสนคนจากทั่วทุกมุมโลกตื่นตัว ส่งผลให้กาตาร์สามารถใช้กระแสกีฬากระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ แน่ใจว่าในช่วงที่มีมหกรรมฟุตบอลโลกในปี 2022 นั้นทุกสายตาคงจับจ้องไปที่กาตาร์ที่ต้องทุ่มเงินสร้างสนามกีฬาฟุตบอลแห่งใหม่อย่างน้อย 7 สนาม จาก 8 สนามครอบคลุมการแข่งขันตั้งแต่เริ่มต้นการแข่งขันในรอบแรกจนถึงรอบชิงชนะเลิศ

แม้ว่าประเทศกาตาร์ไม่เคยผ่านเข้ารอบฟุตบอลโลกเลยแม้สักครั้งเดียว ทำให้มีข้อสงสัยนานาประการว่าการได้ถูกคัดเลือกเป็นเจ้าภาพนั้น มีความชอบธรรมหรือไม่ เส้นทางการคัดเลือกเจ้าภาพฟุตบอลโลกเต็มไปด้วยข้อถกเถียงในสังคมของการกีฬาโดยตลอด นอกจากนี้ยังมีกระแสต่อต้านหลายแง่มุม เช่น กรณีกล่าวหานายโมฮาเหม็ด บิน ฮัมมัม อดีตประธานสมาพันธ์ฟุตบอลเอเชียเรื่องสินบนกับสมาชิกคณะกรรมการสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ (Federation Internationale de Football Association: FIFA) หรือ ฟิฟ่า ทั้งในช่วงระหว่างการคัดเลือกประเทศเจ้าภาพ และจ่ายเงินสินบนให้กับเจ้าหน้าที่เพื่อแลกกับการสนับสนุนการจัดการแข่งขันฟุตบอลโลกของกาตาร์ (LIAM KILLINGSTAD, 2022) อย่างไรก็ตาม เงื่อนไขของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติได้

ผ่านกระบวนการคัดเลือกมาแล้วตั้งแต่ปี 2014 และผลการเสนอเจ้าภาพเป็นไปตามมติของสมาชิกของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติ เมื่อกาตาร์ได้รับการคัดเลือกจึงเป็นโอกาสสำคัญในการพิสูจน์ว่า ประเทศเล็ก ๆ ในตะวันออกกลางจะสามารถทำให้การจัดการแข่งขันมหกรรมฟุตบอลโลกในปี 2022 ออกมาได้ในทิศทางใด

แม้ว่าการรับรองของสหพันธ์ฟุตบอลนานาชาติอย่างเป็นทางการว่า กาตาร์จะได้เป็นเจ้าภาพจัดแข่งขันฟุตบอลโลกปี 2022 ทำให้ประเทศร่ำรวยแห่งนี้กลายเป็นประเทศแรกในตะวันออกกลางที่ได้รับโอกาสจัดมหกรรมฟุตบอลที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในโลก แต่ความสำเร็จนี้อาจไม่ใช่เป้าหมายแค่เรื่องการสนับสนุนการกีฬาเพียงอย่างเดียว ความพยายามของกาตาร์นำมาสู่การปรับทัศนคติใหม่ ๆ ให้กับประชาคมโลกที่ใช้กรอบความคิดการกีฬาและการท่องเที่ยวมาพัฒนาประเทศ สอดคล้องกับงานศึกษาของ Mike Weed ที่ได้สรุปการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่าเป็นส่วนสำคัญของรายได้ของประเทศและการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก ซึ่ง Mike Weed ได้นิยามการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่าเป็นการพักผ่อนโดยบุคคลต่าง ๆ ออกจากที่อยู่อาศัยชั่วคราวเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาทางกายภาพ ชมกิจกรรมกีฬา หรือเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมกีฬาในด้านต่าง ๆ (Mike Weed, 2005)

อย่างไรก็ตาม กาตาร์ยังสร้างความเชื่อมั่นให้กับคณะกรรมการฟีฟ่าว่าสามารถเดินหน้าเป็นเจ้าภาพการแข่งขันฟุตบอลโลกได้ ส่งผลให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศที่นักลงทุนต่างชาติให้ความสนใจอย่างต่อเนื่องผ่านการก่อสร้างโรงแรมหรู ที่พักอาศัยระดับสูงเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยว และนักลงทุนต่างชาติ กาตาร์จึงต้องปรับเปลี่ยนประเทศให้เท่าทันการเปลี่ยนผ่านของความเป็นสมัยใหม่ โดยเริ่มจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การยกระดับประชาชนของประเทศ การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เพื่อปรับแนวทางของประเทศที่พึ่งพาการส่งออกน้ำมันและก๊าซเพียงอย่างเดียว เปลี่ยนเป็นการกำหนดวิสัยทัศน์ 2030 ซึ่งเป็นเป้าหมายประเทศ เพื่อปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ใหม่ และการเป็นเจ้าภาพฟุตบอลโลกปี 2022 นี้ก็เป็นส่วนหนึ่งที่จะมุ่งเน้นการพัฒนาประเทศและยกระดับประเทศให้เป็นสังคมขั้นสูงที่สามารถสร้างมาตรฐานและความยั่งยืน

ก้าวสำคัญของการเปลี่ยนแปลงประเทศกาตาร์

การค้นพบน้ำมันและก๊าซธรรมชาติของประเทศกาตาร์ ทำให้ประเทศเล็ก ๆ แห่งนี้ที่เคยถูกขนานนามว่าเป็นประเทศที่ยากจนในตะวันออกกลางกลายเป็นประเทศหนึ่งที่มีร่ำรวยที่สุดในโลก กาตาร์พึ่งพาการส่งออกน้ำมันและก๊าซธรรมชาติตั้งแต่ปี 1930 มีสัดส่วนของประเทศที่มีน้ำมันสำรอง 1.5% ของจำนวนน้ำมันทั้งหมด

ในโลกและอยู่ในอันดับที่ 14 ของโลก (Anshool Deshmukh, 2021) ในขณะที่มีสัดส่วนของประเทศที่มีก๊าซ 12.5% ของจำนวนก๊าซทั้งหมดในโลกและอยู่ในอันดับที่ 3 ของโลก (Worldometers, 2021)

กาตาร์กำลังเข้าสู่โหมดของภาพลักษณ์ที่เปลี่ยนไปในตะวันออกกลาง ซึ่งอารยธรรมของประเทศมักมีมายาคติว่า กลุ่มประเทศอาหรับมักจะถูกปิดกั้นทางความคิด มีปัญหาด้านการสร้างความเท่าเทียม การจำกัดสิทธิของเพศหญิง เรื่องเหล่านี้กำลังจะถูกพิสูจน์จากมหกรรมการจัดฟุตบอลโลก ซึ่งมีส่วนสำคัญทำให้มายาคติต่าง ๆ ลดเลือนหายไปจากความคิดเดิม ๆ ที่มีอยู่โดยใช้ประสบการณ์จริง อันจะนำมาซึ่งการยอมรับความแตกต่างทางวัฒนธรรมและการต่อยอดทางธุรกิจระหว่างประเทศมากยิ่งขึ้น

การกระตุ้นเศรษฐกิจของกาตาร์เริ่มจากการสร้างสวัสดิการให้กับประชาชนอย่างทั่วถึง ทั้งในเรื่องของการออกกฎหมายเงินเดือนพื้นฐานที่จะช่วยอุดหนุนการพัฒนาชีวิตของคนกาตาร์ในระดับสูง อีกทั้งยังกำหนดนโยบายการกระตุ้นการท่องเที่ยวผ่านการยกเว้นการทำวีซ่าให้ประเทศมากถึง 80 ประเทศ ในช่วงของการดำเนินการก่อสร้างสนามกีฬา และสร้างที่พักต่าง ๆ เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลกแล้ว ทำให้กลุ่มคนต่างชาติเข้ามาอยู่ในกาตาร์มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มแรงงานจากสเปน ฟิลิปปินส์ อินเดีย และบังกลาเทศ จะเห็นได้ว่าเศรษฐกิจของกาตาร์เติบโตอย่างรวดเร็วไปพร้อมกับการรักษาวัฒนธรรมอาหรับไว้ได้อย่างดี โดยกาตาร์ให้ความสำคัญกับสถาบันครอบครัว ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ชีคฮะมัด บิน เคาะลีฟะฮ์ อัลธานี (Sheikh Hamad bin Khalifa Al Thani) ประมุขแห่งกาตาร์ได้ขับเคลื่อนประเทศสู่การพัฒนาเศรษฐกิจในเวทีนานาชาติอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังได้กำหนดวิสัยทัศน์ 2030 โดยมีเสาหลักในการพัฒนาทั้งในด้านการพัฒนาทรัพยากรบุคคลของประเทศ การพัฒนาสังคมด้วยหลักความยุติธรรมและเอื้ออาทรบนพื้นฐานของมาตรฐานทางศีลธรรม การพัฒนาเศรษฐกิจที่สามารถแข่งขันกับความหลากหลายที่สามารถตอบสนองของความต้องการและสร้างมาตรฐานการครองชีพที่สูงให้กับประชาชนทุกคนในประเทศ ตลอดจนการจัดการจัดการสิ่งแวดล้อมให้สอดคล้องกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ สังคมและเสริมสร้างบทบาทในประชาคมระหว่างประเทศ (Qatar.net, 2008)

นอกจากนี้ก้าวสำคัญของการเปลี่ยนแปลงประเทศกาตาร์มาจากสินค้าส่งออกของกาตาร์ที่มีมูลค่าค่อนข้างสูง ไม่ว่าจะเป็นก๊าซธรรมชาติ น้ำมันดิบ ปุ๋ย ยากำจัดศัตรูพืชและสัตว์ เคมีภัณฑ์ สินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะ และผลิตภัณฑ์น้ำมันสำเร็จรูป รวมถึงส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ เรือและสิ่งก่อสร้างลอยน้ำ ในขณะที่สินค้านำเข้าจะเป็นสินค้าจำพวกรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องปรับอากาศและส่วนประกอบ อัญมณีและเครื่องประดับ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล เหล็ก และเหล็กกล้า

เมล็ดพลาสติก อาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป ซึ่งตลาดการส่งออกคือ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ จีน อินเดีย และตลาดนำเข้าคือ จีน ฝรั่งเศส เยอรมนี สหราชอาณาจักร สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (กระทรวงการต่างประเทศ, 2565)

แม้จะมีการเติบโตทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็วเช่นเดียวกับการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง กатарยังคงรักษาค่านิยมทางวัฒนธรรมดั้งเดิมในฐานะประเทศอาหรับและประเทศมุสลิมที่ถือว่าครอบครัวเป็นเสาหลักของสังคมและเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาประเทศในทุกมิติ ซึ่งกตาร์มีผู้นำที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศอย่างท่านชีคฮะมัด บิน เคาะลีฟะฮ์ อัชษานี โดยขับเคลื่อนให้ประเทศกตาร์มุ่งสู่การพัฒนาประเทศ และเสริมสร้างบทบาทในประชาคมระหว่างประเทศ รวมถึงการแสวงหาแนวร่วมในการสนับสนุนการจัดมหกรรมฟุตบอลโลกในครั้งนี้ด้วย

แนวคิดการลงทุนของกตาร์เพื่อการจัดมหกรรมฟุตบอลโลก

ประเทศกตาร์มีบทบาทสำคัญในด้านผลักดันหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการสนับสนุนงบประมาณด้านการพัฒนาธุรกิจการกีฬาอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2011 ได้เป็นเจ้าภาพการแข่งขันกีฬาฟุตบอลเอเชียนคัพ และอาหรับเกมส์แล้วตามลำดับ นอกจากนี้สายการบินกตาร์ได้สนับสนุนสโมสรบาเซิลونا และซื้อหุ้นทีม Paris Saint-Germain มูลค่ารวมกว่า 10,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ผ่านหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว กตาร์ (LIAM KILLINGSTAD, 2022) ทำให้ประเทศกตาร์เป็นที่รู้จักในฐานะสปอนเซอร์รายใหญ่ของการขับเคลื่อนกีฬาฟุตบอลในทวีปยุโรป และมีเป้าหมายสำคัญในการจัดฟุตบอลโลกจนได้รับการคัดเลือก

จากการศึกษางบประมาณของประเทศที่เคยจัดการแข่งขันฟุตบอลโลกในช่วงระหว่างปี 1994 – 2022 พบว่า ประเทศที่ใช้งบประมาณมากที่สุดมีดังนี้

- 1) ประเทศกตาร์ใช้งบประมาณมากที่สุดถึง 200,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2022
- 2) ประเทศบราซิลใช้งบประมาณ 15,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2014
- 3) ประเทศรัสเซียใช้งบประมาณ 11,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2018
- 4) ประเทศญี่ปุ่นใช้งบประมาณ 7,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2002
- 5) ประเทศเยอรมนีใช้งบประมาณ 4,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2006
- 6) ประเทศแอฟริกาใต้ใช้งบประมาณ 3,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2010
- 7) ประเทศฝรั่งเศสใช้งบประมาณ 2,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 1998 และ
- 8) ประเทศสหรัฐอเมริกาใช้งบประมาณ 500 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 1994

นับได้ว่าจำนวนงบประมาณในการลงทุนเพื่อจัดมหกรรมฟุตบอลโลกของประเทศกาตาร์มีมูลค่ารวมแล้วมากกว่าจำนวนเงินที่ลงทุนจัดฟุตบอลโลกตั้งแต่ปี 1994 – 2018 (LIAM KILLINGSTAD, 2022)

ด้วยการแข่งขันฟุตบอลโลกปี 2022 กาตาร์มีโอกาสแสดงศักยภาพและประสบการณ์ในการจัดการแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ ซึ่งจะช่วยเพิ่มความมั่นใจในการทำธุรกิจกับกาตาร์ในด้านต่าง ๆ และสร้างโอกาสให้ธุรกิจกาตาร์ส่งออกความรู้โดยเฉพาะด้านโครงสร้างพื้นฐานและการท่องเที่ยวสามารถยกระดับและสร้างมาตรฐานการครองชีพระดับสูงได้ ซึ่งสามารถสร้างการเติบโตให้ธุรกิจนั้น การควบคุมงบประมาณให้น้อยที่สุดถือเป็นเรื่องดี แต่การที่กาตาร์ยอมลงทุนกับการจัดฟุตบอลโลกด้วยเงินจำนวนมาก ก็อาจจะเปลี่ยนเป็นประโยชน์มหาศาลกลับคืนสู่กาตาร์ได้เช่นกัน สอดคล้องกับแนวคิดการลงทุนซื้อหุ้นสโมสร Paris Saint-Germain, PSG และลงทุนทุ่มงบประมาณมหาศาลเพื่อซื้อตัวผู้เล่นอย่าง ลิโอเนล เมสซี ด้วยเหตุนี้ แนวคิดการลงทุนของกาตาร์เพื่อการจัดมหกรรมฟุตบอลโลก จึงเป็นเส้นทางในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศโดยใช้การกีฬาเป็นเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการดึงดูดด้านการท่องเที่ยว และนักลงทุนจากต่างประเทศ

เส้นทางคัดเลือกให้เป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันฟุตบอลโลกของกาตาร์

ฟุตบอลโลกเป็นทัวร์นาเมนต์กีฬาที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในโลกมีผู้ชมเฉลี่ยมากกว่า 3 ล้านคนตลอด 20 ปีที่ผ่านมา (1998-2018) ยังไม่รวมผู้ชมจากทางโทรทัศน์ หรือช่องทางออนไลน์ต่าง ๆ ตามยุคสมัยที่เปลี่ยนไป ในฟุตบอลโลกครั้งล่าสุดที่ประเทศรัสเซีย มีผู้ชมมากถึง 35,700 ล้านคนทั่วโลก การถูกคัดเลือกให้เป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันฟุตบอลโลกของประเทศกาตาร์ในปี 2022 แม้ว่าเงื่อนไขของฟีฟ่าจะไม่ได้มีข้อกำหนดว่าประเทศที่เสนอตัวเป็นเจ้าภาพนั้นจะเคยผ่านรอบคัดเลือกไปเล่นในฟุตบอลโลกหรือไม่ ซึ่งเหมือนกับประเทศญี่ปุ่นเคยได้รับคัดเลือกเป็นเจ้าภาพบอลโลกในปี 1998 และก็ไม่เคยผ่านไปเล่นฟุตบอลโลกก่อนหน้านี้ ประเทศร่ำรวยอย่างกาตาร์จึงมีโอกาสเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกเป็นเจ้าภาพฟุตบอลโลกเช่นกัน ด้วยความพร้อมในด้านงบประมาณและความพร้อมของสนามการแข่งขัน ประเทศกาตาร์จึงมุ่งมั่นสู่เส้นทางคัดเลือกเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันฟุตบอลโลกอย่างเป็นทางการในปี 2022

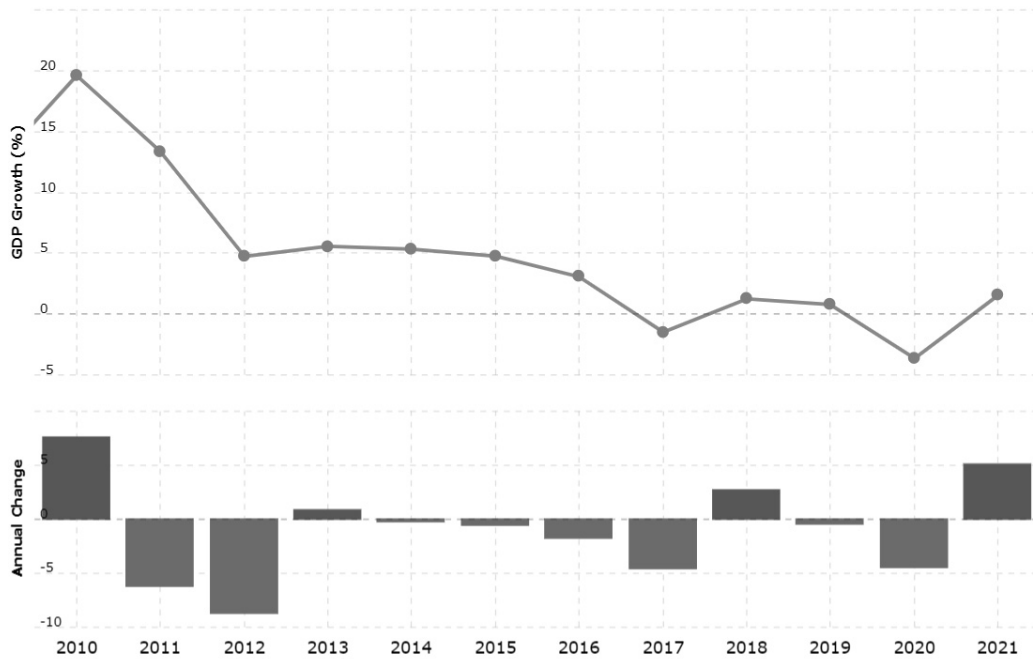
เส้นทางคัดเลือกสู่การเป็นเจ้าภาพฟุตบอลโลกของกาตาร์ต้องผ่านการคัดเลือกจากคณะกรรมการฟีฟ่า ซึ่งต้องคัดเลือกประเทศที่เสนอตัวเป็นเจ้าภาพฟุตบอลโลก 2022 จำนวน 4 รอบ (Jamie Jackson, 2022) โดยประเทศที่ได้รับคะแนนสนับสนุนน้อยที่สุดจะถูกคัดชื่อออกตามลำดับ รายงานจาก theguardian ที่ให้เห็น

ว่าคะแนนนิยมของประเทศกาตาร์ได้รับความไว้วางใจจากคณะกรรมการฟีฟ่ามาโดยตลอด ซึ่งการคัดเลือกในรอบแรก มี 5 ประเทศ โดยมีผลดังนี้

การคัดเลือกในรอบแรก มี 5 ประเทศ	ออสเตรเลียได้คะแนนโหวต 1 คะแนน (ออสเตรเลียตกรอบ)	ญี่ปุ่น ได้คะแนนโหวต 3 คะแนน	สหรัฐอเมริกา ได้คะแนนโหวต 3 คะแนน	เกาหลีใต้ ได้คะแนนโหวต 4 คะแนน	กาตาร์ได้คะแนนโหวต 11 คะแนน
การคัดเลือกในรอบสอง มี 4 ประเทศ		ญี่ปุ่น ได้คะแนนโหวต 2 คะแนน (ญี่ปุ่นตกรอบ)	สหรัฐอเมริกา ได้คะแนนโหวต 5 คะแนน	เกาหลีใต้ ได้คะแนนโหวต 5 คะแนน	กาตาร์ได้คะแนนโหวต 10 คะแนน
การคัดเลือกรอบที่สาม มี 3 ประเทศ			สหรัฐอเมริกา ได้คะแนนโหวต 6 คะแนน	สาธารณรัฐเกาหลีได้คะแนนโหวต 5 คะแนน (สาธารณรัฐเกาหลีใต้ตกรอบ)	กาตาร์ได้คะแนนโหวต 11 คะแนน
การคัดเลือกรอบสุดท้าย มี 2 ประเทศ			สหรัฐอเมริกา ได้คะแนนโหวต 8 คะแนน		กาตาร์ได้คะแนนโหวต 14 คะแนน (กาตาร์ได้รับการคัดเลือก)

***กาตาร์ได้รับการคัดเลือกให้เป็นเจ้าภาพฟุตบอลโลก โดยได้รับคะแนนโหวตรอบสุดท้าย 14 คะแนน

ด้วยต้นทุนของประเทศกาตาร์ทั้งในด้านนโยบายเงินลงทุน และการสร้างวิสัยทัศน์ใหม่เพื่อรองรับการพัฒนาประเทศ และสนองต่อความต้องการของประชาชนภายในประเทศ กาตาร์จึงให้ความสำคัญกับกลุ่มทุนจัดการแข่งขันฟุตบอลที่ใช้งบประมาณเป็นจำนวนมาก โดยนอกจากงบประมาณดังกล่าวจะถูกนำไปสร้างสนามฟุตบอล ซึ่งต้องแก้ไขปัญหาอากาศร้อนแล้ว ยังเป็นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างพื้นฐานของประเทศทั้งในด้านคมนาคม การพัฒนาการศูนย์กลางการค้า และการลงทุน หน่วยงานทางสถิติของกาตาร์ได้รายงานว่าการเติบโตผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) ตั้งแต่ปี 2010 – 2021 มีอัตราเฉลี่ยอยู่ที่ 4.56 (World Bank, 2022)



Source: World Bank retrieved on 09/09/2022 from www.macrotrends.net/countries/QAT/qatar/gdp-growth-rate'>Qatar GDP Growth Rate 2001-2022. www.macrotrends.net.

ความท้าทายของกาตาร์ในการเป็นเจ้าภาพฟุตบอลโลก

แม้ว่าการจัดแข่งขันฟุตบอลโลกจะมีความท้าทายหลายประการ ทั้งในเรื่องของสภาพภูมิอากาศที่มีความร้อนสูงและอาจส่งผลกระทบต่อนักกีฬาและนักท่องเที่ยว ฮัสซัน อัล-ทาวาดี ผู้บริหารระดับสูงของการประมูลกล่าว "ความร้อนไม่ใช่และจะไม่เป็นปัญหา" การปรับเปลี่ยนเป็นสนามฟุตบอลให้สามารถควบคุมอุณหภูมิภายในสนามได้นั้น ไม่ใช่เรื่องง่าย และต้องใช้นวัตกรรมใหม่ ๆ ถ้าหากทำได้จะดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับสูงที่นิยมกีฬาฟุตบอล และมุ่งหมายที่จะมาชมการแข่งขันจากทั่วทุกมุมโลกได้มากขึ้น นอกจากนี้ กฎเกณฑ์และเงื่อนไขของอิสระเสรีภาพในการเข้าถึงความบันเทิง และการเฉลิมฉลองที่ใช้เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ อาจทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวและกลุ่มแฟนกีฬาชะงักในเรื่องการไปชมการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากาตาร์จะประสบปัญหาในด้านสภาพภูมิอากาศที่ไม่เอื้ออำนวยต่อคนภายนอก ซึ่งต้องเผชิญกับอุณหภูมิสูงกว่า 35 องศา ประเทศกาตาร์จึงเป็นประเทศแรกที่เสนอไฟฟ้าเพื่อขอจัดการแข่งขันในช่วยเดือนพฤศจิกายน 2022 เป็นประเทศแรกของโลก เหล่านี้ล้วนแต่มีความท้าทายต่อการเป็นเจ้าภาพของกาตาร์ทั้งสิ้น

อย่างไรก็ตาม การเดินทางก่อสร้างและลงทุนด้วยงบประมาณกว่า 200,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต้องใช้แรงงานจำนวนมากกว่า 1.7 ล้านคน เพื่อให้การเตรียมความพร้อมมีความสมบูรณ์มากที่สุด ซึ่งถือว่าเป็น

จำนวนที่มากพอ ๆ กับประชากรทั้งหมดในประเทศ แต่กาตาร์ต้องเจอกับความท้าทายอีกรูปแบบหนึ่งคือการควบคุมแรงงานและการละเมิดสิทธิมนุษยชนเกิดการวิพากษ์วิจารณ์กันอย่างแพร่หลายโดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กร Amnesty International ได้ระบุว่า ปัญหาระหว่างการดำเนินการก่อสร้างสนาม และโครงสร้างพื้นฐานในด้านต่าง ๆ มักจะเกิดการร้องเรียนเรื่องการละเมิดสิทธิและการกักขังเปรียบจากนายจ้าง รัฐบาลกลางกาตาร์จึงเร่งแก้ไขปัญหาโดยการออกกฎหมายใหม่ที่มุ่งให้ประโยชน์แก่แรงงานข้ามชาติ และออกกฎหมายสำหรับแรงงาน โดยจัดตั้งคณะกรรมการระดับข้อพิพาทแรงงานและจัดตั้งกองทุนสนับสนุนและประกันแรงงานตั้งแต่วันที่ 2018 นอกจากนี้ การดึงแรงงานและนักลงทุนต่างประเทศเพื่อเข้ามาจัดการโครงสร้างพื้นฐานยังพบปัญหาความเหลื่อมล้ำระหว่างนายจ้างและลูกจ้าง ทุกหนทุกแห่งของกาตาร์ได้จัดเตรียมความพร้อมในทุกมิติ รวมถึงหนังสือพิมพ์ Hürriyet Daily News ของประเทศตุรกีได้ออกมาแสดงความกังวลต่อค่าจ้างของแรงงานที่ไปทำงานในกาตาร์ด้วย (Hürriyet Daily News, 2565 หน้า 8)

ประเทศกาตาร์ยังเน้นเรื่องความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลดการคาร์บอน การใช้พลังงานหมุนเวียน การใช้ระบบไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ และการใช้พลังงานโซลาร์เซลล์ ทำให้การจัดการก่อสร้างและกระบวนการจัดการแข่งขันฟุตบอลโลกจะเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ยิ่งกว่านั้นกาตาร์ได้พัฒนาพื้นที่สีเขียวด้วยการสร้างสวนสาธารณะขนาดใหญ่บริเวณรอบ ๆ สนามกีฬาและสถานที่ฝึกซ้อม ซึ่งจะมีการใช้ระบบน้ำหมุนเวียน เพื่อจัดทำเรือนเพาะชำผลิตต้นไม้มาปลูกได้หลากหลายมากขึ้น (FIFA Qatar World Cup 2022, 2022)

มหกรรมฟุตบอลโลกปี 2022 กาตาร์ได้เน้นกลยุทธ์การสร้างความยั่งยืนต่อการพัฒนาสังคม ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษยชาติ การกระตุ้นเศรษฐกิจ และรักษาสิ่งแวดล้อมไปพร้อมกันด้วยภายใต้กรอบการพัฒนา (Qatar National vision, 2008) ด้วยเหตุนี้การจัดการมหกรรมฟุตบอลโลกจึงเป็นเส้นทางการพัฒนาประเทศของกาตาร์ที่จะส่งผลต่อการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเชื่อมโยงเป้าหมายของชาติกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของสหประชาชาติ เช่นเดียวกันกับการวางแผนการก่อสร้างสนามฟุตบอลและสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักเดินทางและนักท่องเที่ยวที่ยังสะท้อนให้เห็นถึงนวัตกรรมก่อสร้าง พลิกโฉมจากพื้นที่ทะเลทรายให้กลายเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวปรับอากาศ มีศูนย์การค้าปรับอากาศ มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ อีกทั้งยังจัดโซนให้สำหรับผู้ที่ประสงค์ดื่มเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของแอลกอฮอล์ไว้ด้วย ส่งผลให้เกิดการตอบรับที่ดีทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งประเทศกาตาร์ได้คาดการณ์ว่าในปี 2022 จะมีนักท่องเที่ยวมาเยือนกว่า 1.2-1.5 ล้านคน (Simone Foxman and Netty Idayu Ismail, 2022)

วิสัยทัศน์ 2030 กับการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการจัดฟุตบอลโลก

วิสัยทัศน์ 2030 ของกาตาร์มุ่งสู่การทำทลายใหม่ ซึ่งต้องการขยายการเติบโตทางเศรษฐกิจ นอกเหนือจากการส่งออกก๊าซธรรมชาติ กาตาร์ต้องสร้างภาพลักษณ์ประเทศด้วยการใช้การกีฬาเพื่อเปิดสู่ทางการเติบโตทางธุรกิจและกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน การจัดมหกรรมฟุตบอลโลกของกาตาร์ จึงไม่ใช่เป็นแค่เกียรติยศและศักดิ์ศรีของประเทศ แต่เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศในเชิงการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจที่ต่อยอดจากการจัดมหกรรมฟุตบอลโลก

ที่สำคัญ วิสัยทัศน์ 2030 ของกาตาร์เป็นตัวขับเคลื่อนที่ทั้งเศรษฐกิจและการพัฒนา ซึ่งตามที่สมาคมนักธุรกิจกาตาร์ ชีคไฟซอล บิน กาสิม อัล ธานี (Sheikh Faisal bin Qassim Al Thani) ได้เน้นย้ำว่ากาตาร์มีการดำเนินที่สอดคล้องกับแนวทางของวิสัยทัศน์ 2030 ที่จะมุ่งเน้นความยั่งยืนทางด้านเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม ผลจากการศึกษาของนโยบายสู่การผลักดันฟุตบอลโลกสะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวจะได้รับประโยชน์จากการแข่งขันในแง่ของการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ จากกลุ่มนักท่องเที่ยว ผู้มาเยือน และการสร้างความประทับใจในการต้อนรับของกาตาร์ และสถานที่ท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ซึ่งส่งผลต่อตัวเลขการท่องเที่ยวในอนาคตมีแนวโน้มดีขึ้น แน่นนอนว่าการแข่งขันฟุตบอลโลกในปี 2022 จะเป็นก้าวสำคัญสำหรับการกระจายความเสี่ยงทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องของกาตาร์ การสร้างเศรษฐกิจที่ทรงพลังและมีความยืดหยุ่น การกระจายไปสู่อุตสาหกรรมใหม่ ๆ เน้นการธุรกิจบริการระดับมืออาชีพ การพักผ่อน และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งแนวโน้มหลังจากฟุตบอลโลกจะมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาอีกเป็นจำนวนมากโดยมีสถานที่ท่องเที่ยวระดับหรูหราใน The Pearl Qatar เกาะหรูหราที่ถูกสร้างขึ้นจากการถมทะเลโดยออกแบบผังเป็นรูปคล้ายไข่มุก ตั้งอยู่ชายฝั่งแถบ West Bay ของเมืองโดฮา มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัยตั้งแต่วิลล่าหรูส่วนตัว อพาร์ทเมนต์หรูรายล้อมเกาะ โรงแรมระดับ 5 ดาว รวมทั้งร้านอาหารและแหล่งช้อปปิ้งมากมาย จึงไม่น่าแปลกใจที่มีนักท่องเที่ยวระดับสูงจำนวนไม่น้อยนิยมมาเดินเล่นชมวิวยทะเล ถ่ายภาพสวย ๆ ท่ามกลางสายลมและบรรยากาศที่เหมาะสมกับการพักผ่อนสบายๆ นอกจากนี้ที่นี่ยังใช้เป็นสถานที่จัดเรือยอร์ชสุดหรูได้กว่า 700 ลำ ด้วย (Kittiya K, 2018)



Source: <https://www.yingpook.com/blogs/world/10-best-of-qatar>

เมื่อกาตาร์เข้าสู่ช่วงโค้งสุดท้ายของการจัดการแข่งขันฟุตบอลโลก ส่งผลให้กลุ่มนักธุรกิจต่างประเทศเข้ามาลงทุนในกลุ่มโครงสร้างพื้นฐานเพื่อยกระดับโครงสร้างพื้นฐานในท้องถิ่น และเพิ่มจำนวนสถานที่จัดงานฟุตบอลโลกสำหรับแฟนบอลที่มีฐานะร่ำรวยได้สัมผัสถึงบรรยากาศที่แตกต่างไปจากเดิม กล่าวคือ ฟุตบอลโลกในครั้งนี้มีความพิเศษ 5 ด้าน (thedailystar journal, 2022) ดังนี้

1. เป็นการจัดฟุตบอลโลกฤดูหนาวครั้งแรก : การแข่งขันในปี 2022 จะเป็นการแข่งขันฟุตบอลโลกฤดูหนาวครั้งแรก หากพิจารณาจากซีกโลกเหนือ ฟุตบอลโลกมักจะเกิดขึ้นในช่วงกลางปี แต่เมื่อถึงกาตาร์เป็นเจ้าภาพ ซ้อยกเว้นดังกล่าวก็ต้องถูกยกเลิกไป กาตาร์ตั้งอยู่ในภูมิภาคตะวันออกกลาง ปกติมีอุณหภูมิที่สูงถึง 50 องศาเซลเซียส ในเดือนมิถุนายนดังกล่าว ดังนั้นการจัดงานระดับโลกใด ๆ ก็ตามจะถือว่าเป็นไปไม่ได้เลย ดังนั้นฟีฟ่าจึงยกเว้นเดือนมิถุนายนดังกล่าว
2. ได้สัมผัสถึงการก่อสร้างสนามฟุตบอลที่แพงที่สุดในโลก : งบประมาณที่ใช้จ่ายในการเตรียมจัดฟุตบอลโลกนั้นสูงถึง 200,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยส่วนใหญ่ซึ่งลงทุนไปกับโครงการโครงสร้างพื้นฐานก่อสร้างสนามกีฬา ทางหลวง โรงแรม และจะทำให้การจัดฟุตบอลโลกครั้งนี้แพงที่สุดในประวัติศาสตร์
3. สนามกีฬาที่น้อยที่สุดแห่งหนึ่งสำหรับการจัดฟุตบอลโลก : จำนวนสนามฟุตบอลมีเพียงแค่ 8 สนามเท่านั้น โดยมีสนามเดียวเท่านั้นที่ปรับปรุงให้เข้ากับเกณฑ์มาตรฐานของฟุตบอลโลก (สนามเปิดมี

ความจุ 80,000 ที่นั่ง และสนามแข่งขันทั่วไปมีความจุ 40,000 ที่นั่ง) นอกจากนั้นอีก 7 สนามต้องสร้างใหม่ทั้งหมด

4. การเดินทางระหว่างสนามใกล้ที่สุด : กาตาร์เป็นประเทศเล็ก ๆ มีพื้นที่เพียงแค่ว่า 11 ตารางกิโลเมตร และมีประชาชนประมาณ 3 ล้านคน จึงทำให้การจัดการเรื่องเดินทางเป็นเรื่องไม่ยุ่งยากมากนัก เช่น การเดินทางระหว่างเมือง Doha, Lusail, Al Wakrah และ Al Rayyan ตั้งอยู่ใกล้กัน การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งจึงไม่ใช่ปัญหาสำหรับแฟนบอล
5. สนามกีฬาปรับอากาศทั้งหมด : แฟนบอลจะได้สัมผัสสนามกีฬา ซึ่งคล้ายกับกีฬาในร่มที่ใช้เครื่องปรับอากาศสร้างอุณหภูมิให้เหมาะสมสำหรับการแข่งขัน เนื่องจากประเทศกาตาร์เป็นประเทศที่อยู่ในเขตร้อนมาก เพื่อแก้ไขปัญหานี้ กาตาร์ได้เสนอวิธีแก้ปัญหา โดยจัดการแข่งขันฟุตบอลโลกที่มีเครื่องปรับอากาศทั้ง 8 สนาม

นอกเหนือจากการสร้างสนามกีฬาฟุตบอลโลกแล้ว กาตาร์ยังลงทุนอย่างต่อเนื่องในการยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน ด้วยที่ตั้งทางยุทธศาสตร์ของกาตาร์ กาตาร์จึงวางตำแหน่งประเทศเป็นประเทศเกตเวย์ระดับโลก (World Gateway) และเป็นศูนย์กลางการขนส่งระหว่างประเทศที่สำคัญระหว่างตะวันออกและตะวันตก การพัฒนาสนามบิน ตลอดจนเครือข่ายมหานครที่กว้างขวางยิ่งขึ้น อีกทั้งการสร้างถนนที่ได้รับการปรับปรุงและเมืองเกิดใหม่จะให้บริการแก่ประเทศได้ดีในอนาคต ทั้งในแง่ของการดึงดูดการลงทุนใหม่ ๆ และผู้มาเยือนใหม่

ด้วยเหตุนี้ การจัดมหกรรมฟุตบอลโลกปี 2022 จึงเป็นงานระดับโลกที่ทุกประเทศจะจับตามองไปยังกาตาร์ และมีผู้ร่วมรับชมการถ่ายทอดสดกว่าพันล้านคนทั่วโลก กาตาร์จึงมีแนวโน้มสำคัญต่อการสร้าง ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและการรักษามรดกทางวัฒนธรรมของประเทศที่มีลักษณะเฉพาะตามแบบฉบับของชาวอาหรับ และกาตาร์จะไม่เพียงแต่สร้างแรงกระตุ้นทางการเงินสำหรับประเทศในแง่ของจีดีพี (GDP) เท่านั้น แต่จะทำให้ประเทศได้รับการยอมรับด้านกาตาร์กีฬาและการท่องเที่ยวไปพร้อมกัน

บทสรุป

การเป็นเจ้าของกาตาร์เพื่อจัดมหกรรมฟุตบอลโลก จึงมีนัยทางเศรษฐกิจ การใช้กาตาร์กีฬาเพื่อการท่องเที่ยว และมุ่งเป้าต่อการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ เป็นไปตามแผนยุทธศาสตร์ของการจัดวางวิสัยทัศน์ 2030 ของกาตาร์ ในขณะที่กาตาร์คาดการณ์ว่าจะมีการสนับสนุนเศรษฐกิจของประเทศประมาณ 20,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และจะสร้างงานใหม่ถึง 1.5 ล้านตำแหน่งที่สร้างขึ้นในการก่อสร้าง อสังหาริมทรัพย์

และการบริการ แต่บทสรุปของผลที่คาดว่าจะได้รับอาจยังไม่มีตัวชี้วัดที่ชัดเจน กาตาร์ต้องเผชิญกับความท้าทายหลังจากนี้ ทั้งในแง่ของการบริหารจัดการ การควบคุมแรงงาน และการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในประเทศ การเป็นศูนย์กลางทางการเงิน ศูนย์กลางการลงทุน การเชื่อมทางการค้า การลงทุน เป็นแหล่งรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับสูง และเน้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระยะยาว ใช้ความโดดเด่นทางอารยธรรมผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ดังนั้น การจัดมหกรรมฟุตบอลโลก 2022 จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการผลักดันความร่วมมือทางเศรษฐกิจทั้งในมิติการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว โดยมีวิสัยทัศน์ 2030 เป็นตัวกำหนดทิศทางประเทศ

อย่างไรก็ตาม การเติบโตทางเศรษฐกิจ การลงทุนจากต่างประเทศ และการพัฒนาศักยภาพคนที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วในกาตาร์นั้นอาจมีข้อกังวลจากการปะทะทางความคิดระหว่างวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมกับบริบทของประเทศในยุคใหม่ ซึ่งแม้ว่ารูปแบบการพัฒนาประเทศที่ทันสมัยจะส่งผลต่อแรงกดดันในด้านการแข่งขันก็ตาม แต่การเข้ามาของนักธุรกิจต่างประเทศอาจนำมาซึ่งจริยธรรมที่ไม่สอดคล้องกับรัฐธรรมนูญของประเทศโดยเฉพาะหลักการของศาสนาอิสลามและวัฒนธรรมอาหรับ ด้วยเหตุนี้เมื่อเสรีภาพเปิดกว้างขึ้น ย่อมมาพร้อมกับความท้าทายต่อการรักษาคุณค่าทางสังคม และหลักการของศาสนาอิสลามที่มีข้อบังคับต่างจากการเปิดเสรีแบบกลุ่มประเทศตะวันตก

บรรณานุกรม

- Anshool Deshmukh. (2021). Which Countries Have the World's Largest Proven Oil Reserves? Retrieved from <https://www.visualcapitalist.com/ranking-the-countries-with-the-largest-proven-global-oil-reserves-in-the-world/>
- FIFA Qatar World Cup 2022. (2022). Sustainability has been at the heart of the FIFA World Cup Qatar 2022™ from the very start. Retrieved from <https://www.qatar2022.qa/en/sustainability>
- Henrik Christiansen. (2022). “The FIFA World Cup - an economic boom that will continue to 2030 and beyond.” Retrieved from <https://thepeninsulaqatar.com/opinion/17/07/2022/the-fifa-world-cup-an-economic-boom-that-will-continue-to-2030-and-beyond>
- Jamie Jackson. (2010) <https://www.theguardian.com/football/2010/dec/02/qatar-win-2022-world-cup-bid>
- Kittiya K. (2018). 7 ที่เที่ยว “กาตาร์” ว่าที่เจ้าภาพบอลโลก 2022 ที่ไปแล้ว..ห้ามพลาด. Retrieved from <https://www.drivemate.asia/blog/7ที่เที่ยวกาตาร์-ว่าท>

LIAM KILLINGSTAD. (2022). The Most Expensive World Cup in History. Retrieved from <https://frontofficesports.com/the-most-expensive-world-cup-in-history/>

Qatar National vision 2008. (2008) General Secretariat for Development Planning

Simone Foxman and Netty Idayu Ismail. (2022). Football World Cup to Add Up to \$17 Billion to Qatari Economy Retrieved from <https://www.bloomberg.com/news/articles/2022-06-22/soccer-world-cup-to-add-up-to-17-billion-to-qatari-economy>

thedailystar journal. (2022). Get hold of FIFA World Cup tickets and a lot more. Retrieved from <https://www.thedailystar.net/sports/sports-special/fifa-world-cup-2022/news/get-hold-fifa-world-cup-tickets-and-lot-more-2997826>

Weed, Mike. (2005). Sports Tourism Theory and Method—Concepts, Issues and Epistemologies. European Sport Management Quarterly - EUR SPORT MANAG Q. 5. 229-242. 10.1080/16184740500190587.

World Bank. (2022). Qatar GDP Growth Rate 2001-2022. Retrieved from <https://www.macrotrends.net/countries/QAT/qatar/gdp-growth-rate>>Qatar GDP Growth Rate 2001-2022. www.macrotrends.net.

Worldometers. (2021). Natural Gas Reserves by Country. Retrieved from <https://www.worldometers.info/gas/gas-reserves-by-country/2020>

กระทรวงการต่างประเทศ (2022). รัฐกาตาร์ (Qatar) Retrieved from <https://www.mfa.go.th/th/country/QA?page=5d5bcb3915e39c3060006816&menu=5d5bd3c715e39c306002a882>

หนังสือพิมพ์ Hürriyet Daily News วันที่ พฤศจิกายน 2565 หน้า 8

**บทบาทของชุมชนต่อการจัดการขยะในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา
อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**

The role of community toward waste management in Amphawa floating market
community, Amphawa district, Samut Songkhram province.

บุญทวี อารยอสนี และวงศ์สถิตย์ วิสุภี

Buntawee Arayausanee and Wongsatit Wisupee

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) บริบทชุมชน วิถีชีวิต ปริมาณการเกิดขยะในแต่ละประเภทของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา 2) วิธีการจัดการขยะในครัวเรือนของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา 3) แนวทางการจัดการขยะของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ผู้วิจัยเก็บข้อมูล จากการสังเกต การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 28 ราย เป็นการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า

1. ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา เป็นชุมชนแห่งการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เริ่มเปิดตลาดน้ำ เมื่อปีพ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบัน นั่งท่องเที่ยวนั่งเรือไหว้พระชมหิ่งห้อย และวิถีชีวิตชุมชนตามสองฝั่งตลาดน้ำ มีร้านค้าให้บริการมากมาย โดยเฉพาะร้านอาหาร ส่งผลให้เกิดขยะเปียกที่มีสัดส่วนมากกว่าขยะชนิดอื่น

2. วิธีการจัดการขยะในครัวเรือนของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา ดังนี้ 1) ขยะเปียก ในอดีตมีการนำไปเลี้ยงอาหารสัตว์ ปัจจุบันใส่ถุงดำทิ้งถังขยะ 2) ขยะรีไซเคิล ชาวบ้านคัดแยกขยะเพื่อนำไปขายในชุมชน 3) ขยะอันตราย ชาวบ้านใส่ถุงดำปิดปากมิดชิด จากนั้นนำไปทิ้งถังขยะ 4) ขยะทั่วไป มีการจัดการใส่ถังขยะ ดังนั้น ชาวบ้านยังขาดทักษะเกี่ยวกับการจัดการขยะอย่างถูกหลักวิชาการหรือหลักสูตรวิชาการ

3. บทบาทของชุมชนต่อการจัดการขยะในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา ดังนี้ 1) การรณรงค์การทิ้งขยะให้ถูกที่ถูกต้อง 2) การปลูกฝังทัศนคติพฤติกรรมจัดการขยะ ด้วยเทคนิค 3Rs ได้แก่ Reduce คือ ลดการใช้(คิดก่อนใช้) Reuse คือ นำกลับมาใช้ซ้ำ(ใช้แล้วใช้อีก) Recycle คือ นำกลับมาใช้ใหม่ ส่วนการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยเชิญวิทยากรทั้งภายในและภายนอกชุมชน มีการบรรยาย/สาธิต/ฝึกปฏิบัติจริง เป็นการนำขยะรีไซเคิลมาประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น การทำน้ำยาล้างภาชนะ การทำหมวกและกล่องทิชชู จากกระป๋องเครื่องดื่ม และการทำดอกไม้จากหลอดพลาสติก เป็นต้น

คำสำคัญ : บทบาทของชุมชน ; การจัดการขยะ ; ตลาดน้ำอัมพวา

Abstract

The aim of this research is the amount of waste generated in each type, the method of household waste management and the guidelines for waste management. This is an action research project. The researcher collected data from observations, interviews and group discussions. There is a workshop by selecting 28 key informants using content analysis. The result showed that

1. Ways of life that relate to the amount of waste generated in each type found that Amphawa floating market is the community of culture tourism and local learning. The market was officially launched in 2004 until now. Tourists tend to take a boat to pay homage to Buddha's image, watch fireflies and the community's life along the canal. There are many shops on both sides of the floating market. Most waste that is found in the market is wet waste.

2. The method of household waste management is wet waste by putting it in the black bin instead of feeding animals. Recycle waste by separating and selling it in the community. Dangerous waste by putting in the black bin securely tied up, then put in the trash. General waste by putting in the trash provided by the local government. Therefore, most people still lack knowledge of proper waste management and they do need a workshop of this.

3. The role of community toward waste management in Amphawa floating market community, cultivating attitudes and behaviours on waste management with 3R technique (Reduce, Reuse and Recycle). Workshop section by inviting internal and external lecturers to lecture, demonstrate and practice. Recycle waste to create various products such as making a dishwasher, tissue paper dispenser from used can, flowers from used plastic straws, curtains from seashell and creating decoration lamps from recycled waste.

Key words : community role; method of waste management ; Amphawa floating market.

บทนำ (ที่มาและความสำคัญของปัญหา)

จากการสืบค้นข้อมูลปริมาณขยะมูลฝอยในเขตเทศบาลตำบลอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ดังนี้ ข้อมูลปริมาณขยะมูลฝอย ประจำปีงบประมาณ 2561 พบว่า มีขยะทั้งสิ้น 1,853.64 ตัน ประจำปีงบประมาณ 2562 มีขยะทั้งสิ้น 1,583.68 ตัน และประจำปีงบประมาณ 2563 มีขยะทั้งสิ้น 1,815.90 ตัน โดยในปี 2562 ขยะมีจำนวนลดลงเนื่องจากนักท่องเที่ยวลดลง (เทศบาลตำบลอัมพวา, 2563 : 20-22)

สภาพปัญหาขยะและการจัดการขยะของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา พบว่า การจัดการขยะทั้ง 4 ประเภท คือ ขยะเปียก ขยะรีไซเคิล ขยะอันตราย และขยะทั่วไป ซึ่งปรากฏว่าขยะเปียกพบมากที่สุดชุมชน ปัจจุบันขยะกำลังส่งผลกระทบต่อทั่วชุมชนทั้งภาพลักษณ์ขยะล้นถัง ขยะในแม่น้ำ ส่วนวิธีการจัดการขยะในครัวเรือนของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา ดังนี้ 1) ขยะเปียก ในอดีตมีนำอาหารไปเลี้ยงสัตว์ ปัจจุบันใส่ถุงดำทิ้งถังขยะ 2) ขยะรีไซเคิล ชาวบ้านคัดแยกขยะเพื่อนำไปขายในชุมชน 3) ขยะอันตราย ชาวบ้านจัดการใส่ถุงดำปิดปากมิดชิดจากนั้นนำไปทิ้งถังขยะ 4) ขยะทั่วไป มีการจัดการใส่ถังขยะทางเทศบาลดั่งนั้น ชาวบ้านส่วนใหญ่ยังขาดความรู้การจัดการขยะที่ถูกต้องตามหลักวิชาการและหลักสุขาภิบาล และต้องการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

บทบาทของชุมชนต่อการจัดการขยะโดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน กำหนดกรอบการทำงาน 3 ขั้นตอน ในการวางแผนและกำหนดมาตรการ คือ ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง ดังนี้ ต้นทาง คือ ลดปริมาณ และคัดแยกขยะมูลฝอย ณ แหล่งกำเนิด กลางทาง คือ เพิ่มประสิทธิภาพ การเก็บขยะมูลฝอยขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และปลายทาง คือ ขยะมูลฝอยได้รับการกำจัดอย่างถูกต้องตามหลักวิชาการ และการนำหลัก 3 Rs ได้แก่ Reduce คือ ลดการใช้(คิดก่อนใช้) Reuse คือ นำกลับมาใช้ซ้ำ(ใช้แล้วใช้อีก) Recycle คือ นำกลับมาใช้ใหม่ นอกจากนี้ยังใช้ภาครัฐ ประกอบด้วยภาคราชการ ภาคเอกชน ภาคการศึกษา ภาคศาสนา ภาคประชาสังคม และภาคประชาชน ในการแก้ไขปัญหา (สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัด กลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาท้องถิ่น จังหวัดสมุทรสงคราม, 2564 : 10)

การวิจัยครั้งนี้ มีเป้าหมายการพัฒนาโดยเน้นบทบาทของชุมชนต่อการจัดการขยะในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา เป็นการพัฒนาจากต้นน้ำ ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดขยะจากครัวเรือนในชุมชน โดยใช้หลักการ 3 Rs ได้แก่ Reduce คือ ลดการใช้(คิดก่อนใช้) Reuse คือ นำกลับมาใช้ซ้ำ(ใช้แล้วใช้อีก) Recycle คือ นำกลับมาใช้ใหม่ ส่วนความต้องการเพิ่มเติมของชาวบ้านในชุมชน พบว่า ต้องการเพิ่มพูนองค์ความรู้การนำขยะรีไซเคิลมาประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ

ใช้ในครัวเรือนและสามารถจำหน่ายได้ เช่น การทำน้ำยาล้างภาชนะ การนำหลอดพลาสติกที่ใช้แล้วมาประดิษฐ์เป็นดอกไม้ และการผลิตหมวกจากกระป๋องเครื่องดื่ม เป็นต้น

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาบทบาทของชุมชนต่อการจัดการขยะในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อให้ชุมชนนำอยู่ สะอาด การจัดการขยะให้ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาล นอกจากนี้ชุมชนมีของใช้และรายได้ จากการประดิษฐ์ขยะรีไซเคิล

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. วัตถุประสงค์การวิจัย

1.1 เพื่อศึกษาบริบทชุมชน วิถีชีวิต ปริมาณการเกิดขยะในแต่ละประเภทของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

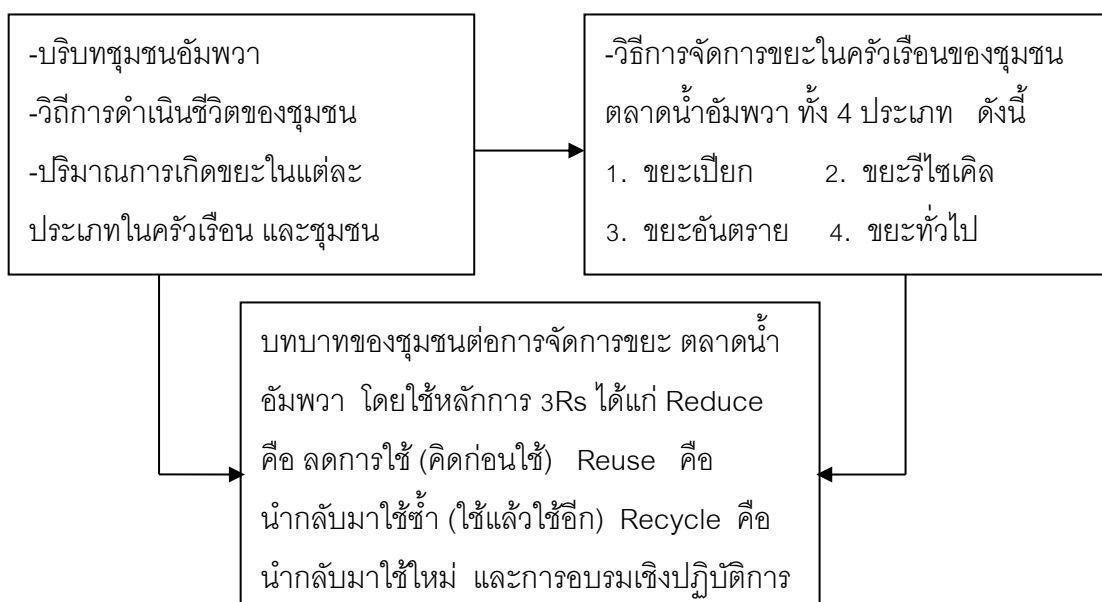
1.2 เพื่อศึกษาวิธีการจัดการขยะในครัวเรือนของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

1.3 เพื่อศึกษาบทบาทของชุมชนต่อการจัดการขยะในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

2. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดบทบาทของชุมชน แนวคิดขยะ แนวคิดการจัดการขยะ แนวคิดการมีส่วนร่วม แผนปฏิบัติการจัดการขยะจังหวัดสมุทรสงคราม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. กรอบแนวคิดในการวิจัย



ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา ตำบลอัมพวา อำเภอัมพวาจังหวัดสมุทรสงครามจำนวน 100 ครอบครัว

1.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงจำนวน 28 คน ดังนี้ 1) ชาวบ้าน 20 คน 2) เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลอัมพวา 2 คน 3) เจ้าหน้าที่เทศบาลทำหน้าที่เก็บขยะ 1 คน 4) ประธานชุมชน 1 คน 5) นักท่องเที่ยว 2 คน และ 6) วิทยากรอบรมการประดิษฐ์ขยะรีไซเคิล 2 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.1 แบบสังเกต เป็นการสังเกตสภาพแวดล้อมในชุมชน วิถีชีวิต และขยะ ตลอดจนพฤติกรรมการจัดการขยะในแต่ละประเภทของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา

2.2 แบบสัมภาษณ์ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกตามวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อทราบสภาพปัญหาขยะ การจัดการขยะ และบทบาทของชุมชนต่อการจัดการขยะตลาดน้ำอัมพวา

2.3 ประเด็นการสนทนากลุ่ม เป็นการสนทนากลุ่มจากตัวแทนชาวบ้าน 7-9 คน เพื่อยืนยันข้อมูลสภาพปัญหาขยะ การจัดการขยะ และบทบาทของชุมชนต่อการจัดการขยะตลาดน้ำอัมพวา

2.4 การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เป็นการฝึกอบรมให้แก่ชาวบ้านที่มีความสนใจใฝ่เรียนรู้ โดยการนำขยะรีไซเคิลมาประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ วัตถุประสงค์เพื่อทำให้ครัวเรือน และสามารถจำหน่ายได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้ 1) ข้อมูลทุติยภูมิ จากหนังสือ ตำรา เอกสาร บทความวิชาการต่างๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บข้อมูลจากภาคสนาม ได้แก่ การสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการอบรมเชิงปฏิบัติการ

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้อามาวิเคราะห์และสังเคราะห์จัดหมวดหมู่ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) นำเสนอข้อมูลโดยวิธีพรรณนา

ผลการวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชน วิถีชีวิต ปริมาณการเกิดขยะในแต่ละประเภทของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

1.1 บริบทชุมชนและวิถีชีวิต สรุปได้ว่า วิถีการดำเนินชีวิตของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จากอดีตที่ใช้ชีวิตด้วยความเรียบง่ายตามแม่น้ำริมนคลอง ชาวบ้านประกอบอาชีพเกษตรกรรม และค้าขาย ติดต่อกันด้วยทางเรือเป็นหลัก พ่อค้าแม่ค้านำผลผลิตทางการเกษตรล่องเรือขายสินค้าตามสายแม่น้ำ ส่วนคนไทยเชื้อสายจีนนิยมเปิดร้านค้าขายของบนฝั่งริมแม่น้ำ เมื่อมีถนนตัดผ่านเข้ามาในชุมชนความเจริญก็ตามเข้ามา ส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป ตลาดน้ำอัมพวาที่เคยเจริญรุ่งเรืองด้วยวัฒนธรรม ศิลปะสถาปัตยกรรมบ้านเรือนสมัยเก่าเคยหายไป เมื่อปีพ.ศ.2547 นายกรัฐมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ได้มีนโยบายต้องการฟื้นฟูตลาดน้ำ อัมพวาให้กลับมา มีชีวิตชีวาและส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำชุมชน จึงร่วมมือกับทุกภาคส่วนเปิดตลาดน้ำยามเย็น หรือตลาดน้ำอัมพวา ประชาสัมพันธ์ทุกช่องทางให้คนทั่วไปได้รู้จัก ส่งผลทำให้ตลาดน้ำแห่งใหม่เกิดขึ้น คนทั่วไปได้รู้จักเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ของเมืองไทย จากวันนั้นถึงวันนี้ตลาดน้ำอัมพวาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุดสุดสัปดาห์ มีนักท่องเที่ยวต่างหลั่งไหลเข้ามาเที่ยวกันจำนวนมาก มาสัมผัสกับกลิ่นไอของวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น ชิม ช้อปอย่างถูกอกถูกใจนักท่องเที่ยว ล่องเรือไหว้พระ ดูหนังห้อยกลางคืน และดื่มด่ำธรรมชาติ

1.2 ปริมาณการเกิดขยะในแต่ละประเภท

ผลกระทบการท่องเที่ยวมีทั้งด้านบวกและด้านลบ ด้านบวก ชาวบ้านมีอาชีพมีรายได้ ภาครัฐเก็บภาษีได้มากขึ้น ส่วนด้านลบเกิดขยะล้นเมือง เช่น เศษผลไม้ต่างๆ เศษอาหาร และขยะรีไซเคิลตามมา เช่น ขวดน้ำดื่ม พลาสติก กระจังเครื่องดื่ม ฯลฯ และยังมีขยะทั่วไป ได้แก่ ถุงพลาสติก โฟม เป็นต้น ดังนั้น การจัดการขยะ จึงสำคัญและจำเป็นของชาวบ้าน ในชุมชนตลาดน้ำอัมพวาที่จะช่วยกันคัดแยกขยะแต่ละประเภทก่อนทิ้งขยะลงถังแต่ละสีให้ถูกที่ถูกต้อง กล่าวคือ ถังขยะ 4 ถึง 4 สี เพื่อง่ายต่อการคัดแยกขยะ ดังนี้ ถังขยะสีเขียว ใช้สำหรับคัดแยกขยะเปียก ถังขยะสีเหลือง ใช้สำหรับคัดแยกขยะรีไซเคิล ถังขยะสีแดง ใช้สำหรับคัดแยกขยะอันตราย และถังขยะสีน้ำเงิน ใช้สำหรับคัดแยกทั่วไป ดังนั้น ขยะแบ่งออกเป็นประเภทใหญ่ๆ คือ ขยะทั่วไปกับขยะอันตราย และแบ่งย่อยลงไปอีกเป็น 4 ประเภท สรุปได้ดังนี้

1.2.1 ขยะเปียก ตลาดน้ำอัมพวาเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปเป็นตลาดน้ำ ที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเยอะมากในวันหยุดสุดสัปดาห์ ส่งผลทำให้ขยะล้นถัง โดยเฉพาะขยะเปียก

จะมีเศษลูกมะพร้าว เปลือกส้มโอ และผลไม้ชนิดอื่นๆ เต็มจนล้นถึงชยะเนื่องจากเป็นชยะชั้นใหญ่ และมีจำนวนมาก และยังมีเศษอาหารตามร้านค้าตลอดสองฝั่งริมแม่น้ำและค้าขายทางเรือ

1.2.2 ชยะรีไซเคิล เริ่มจากปีพ.ศ.2547 เปิดตลาดน้ำอัมพวาส่งเสริม การท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการจนถึงปัจจุบัน ชยะรีไซเคิลเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวมากขึ้นชยะรีไซเคิลดังกล่าว ได้แก่ แก้วน้ำดื่ม ขวดน้ำดื่มพลาสติก กระดาษ กระจัง เครื่องดื่ม ขวดเบียร์ และขวดสุรา เป็นต้น

1.2.3 ชยะอันตราย แบ่งเป็นชยะอันตรายและชยะติดเชื้อ ในปัจจุบันซึ่งมีจำนวนมากและอันตราย ได้แก่ สเปรย์เคมี หลอดไฟ แบตเตอรี่ ถังแก๊สหุงต้ม ยาจุดกันยุง เป็นต้น ส่วนชยะติดเชื้อที่สำคัญในช่วงโรคโควิด-19 แพ้ระบอบ พ.ศ.2563 ถึงปัจจุบัน ได้แก่ หน้ากากผ้า หน้ากากอนามัย และชุดตรวจ ATK

1.2.4 ชยะทั่วไป ได้แก่ ชองขนม ไม้เสียบลูกชิ้น ก่อ่งโฟม และพลาสติก เป็นต้น โฟม เป็นชยะที่ไม่ย่อยสลายตามธรรมชาติ พลาสติก ใช้เวลาย่อยสลายตามธรรมชาติ ประมาณ 450 ปี ดังนั้นชยะทั่วไป เป็นชยะที่ย่อยสลายได้ยาก ไม่คุ้มค่าในการลงทุนนำไปรีไซเคิล

2. เพื่อศึกษาวิธีการจัดการชยะในครัวเรือนของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

2.1 วิธีการจัดการชยะเปียกในครัวเรือน สรุปได้ว่า ชยะเปียกหรือชยะอินทรีย์ เช่น เศษอาหาร เศษผลไม้ เศษใบไม้ หญ้า กิ่งไม้ มูลสัตว์และซากสัตว์ เป็นต้น เป็นชยะที่ย่อยสลายได้ง่าย ด้วยการนำไปหมักผ่านกระบวนการย่อยสลาย ชาวบ้านในครัวเรือนตลาดน้ำอัมพวา มีวิธีการจัดการชยะเปียกเศษอาหารในครัวเรือน คงมีไม่มากมีการจัดการไม่ยาก บางครอบครัวได้ถูกดำปิดปากเรียบร้อยแล้วนำไปทิ้งถึงชยะ ส่วนในตลาดน้ำชุมชนที่ร้านค้าขาย โดยเฉพาะร้านอาหาร จะมีเศษอาหารจำนวนมาก หลายครอบครัวนำไปเลี้ยงสัตว์ และใส่ถุงดำทิ้งถึงชยะ

2.3 วิธีการจัดการชยะรีไซเคิลในครัวเรือน ชาวบ้านหลายครอบครัว นิยมคัดแยกชยะรีไซเคิล เพื่อนำไปขายที่ร้านรับซื้อของเก่าในชุมชน ได้แก่ เศษกระดาษ ขวดพลาสติก ขวดแก้ว กระจังเครื่องดื่มต่างๆ เป็นต้น ส่งผลทำให้ตนเองและครอบครัวมีรายได้เพิ่มขึ้น

2.4 วิธีการจัดการชยะอันตรายในครัวเรือน ชาวบ้านมีการจัดการชยะอันตรายด้วยการใส่ถุงดำปิดปากมิดชิดนำไปใส่ถังชยะของทางเทศบาล ชยะอันตราย เช่น หน้ากากผ้าอนามัย หน้ากากอนามัย ชุดตรวจโควิด ATK กระจัง สเปรย์เคมี สารเคมีต่างๆ ถ่านไฟฉาย เป็นต้น ชาวบ้านบางรายมักง่ายไม่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ทิ้งชยะไม่เป็นที่ เช่น ยังคงเห็นหน้ากากอนามัยทิ้งบนถนนหนทาง อาจจะตั้งใจหรือไม่ตั้งใจ แต่ก็คือ ชยะอันตรายมากในช่วงโรคระบาดโควิด-19

2.5 วิธีการจัดการขยะทั่วไปในครัวเรือน ชาวบ้านส่วนมากจะนำขยะทั่วไปใส่ถุงดำหรือถุงพลาสติกจากนั้นนำไปทิ้งลงถังขยะ ในส่วนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวตลาดน้ำอัมพวาทั้งคนไทยและต่างประเทศ โดยบางคนขาดจิตสำนึกต่อส่วนรวม มีนิสัยความมักง่ายเห็นแก่ตัว โดยแอบทิ้งขยะทั่วไปลงพื้นดินและในแม่น้ำลำคลอง ดังนั้น ทางเทศบาลตำบลอัมพวา พยายามรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชน ได้ทิ้งขยะให้ถูกที่ถูกถัง และคัดแยกขยะต้นทางในครัวเรือนให้เรียบร้อยก่อนนำมาทิ้งลงถัง ดังนั้น วิธีการจัดการขยะที่ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาล ควรคัดแยกขยะก่อนลำดับแรก และทิ้งขยะให้ถูกที่ถูกถังและถูกถัง ตามที่ทางเทศบาลได้จัดเตรียมเอาไว้ให้ โดยเฉพาะขยะอันตรายและขยะติดเชื้อ ต้องใส่ใจเป็นพิเศษ ไม่ทิ้งขยะอันตรายลงแม่น้ำลำคลองและพื้นดิน ควรกำจัดให้มิดชิดใส่ถุงดำให้เรียบร้อยแล้วนำไปทิ้งลงถังขยะสีแดง

3. บทบาทของชุมชนต่อการจัดการขยะในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

3.1 การรณรงค์ความร่วมมือในการทิ้งขยะให้ถูกที่ถูกถัง เป็นกิจกรรมที่ประชาสัมพันธ์ให้ชาวบ้านมีบทบาทต่อการจัดการขยะในชุมชน ได้ตระหนักรู้มีจิตสำนึกและมีความเข้าใจในการคัดแยกขยะแต่ละประเภทและทิ้งขยะให้ถูกที่ถูกถัง เพื่อความสะอาดแก่เทศบาล มาจัดเก็บต่อไป

3.2 การปลูกฝังทัศนคติพฤติกรรมจัดการขยะอย่างถูกต้อง ด้วยเทคนิค 3Rs เป็นบทบาทของชุมชนต่อการจัดการขยะต้นน้ำ ซึ่งเป็นแหล่งกำเนิดขยะจากครัวเรือนและชุมชน ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ชื่อกลุ่ม R: Reduce คือ ใช้น้อย หรือลดการใช้คิดก่อนใช้โดยมีแนวทางการจัดการขยะดังนี้ 1) การลดการขนขยะเข้าบ้าน 2) ใช้ผลิตภัณฑ์ชนิดเติม 3) ลดปริมาณขยะอันตรายเข้าบ้าน 4) หลีกเลี่ยงการใช้โฟมและพลาสติก 5) ปฏิเสธซื้อสินค้าการบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มหลายชั้น 6) หลีกเลี่ยงสินค้าชนิดแบบใช้ครั้งเดียวทิ้งไป 7) งดการบริโภคที่ฟุ่มเฟือย

กลุ่มที่ 2 ชื่อกลุ่ม R: Reuse คือ ใช้ซ้ำ นำกลับมาใช้อีกหรือการใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าโดยมีแนวทางการจัดการขยะ ดังนี้ 1) ควรนำสิ่งของที่ใช้แล้วนำกลับมาใช้ใหม่ 2) ควรนำสิ่งของมาดัดแปลงใช้ประโยชน์ได้อีก 3) ใช้กระดาษทั้งสองหน้า 4) ควรซ่อมแซมเครื่องมือใช้สอยนำกลับมาใช้อีก 5) ควรนำสิ่งของไปบริจาค

กลุ่มที่ 3 ชื่อกลุ่ม R: Recycle คือ นำกลับมาใช้ใหม่ โดยมีแนวทางการจัดการขยะ ดังนี้ 1) ควรคัดแยกขยะแต่ละประเภท 2) ควรจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ เช่น กิจกรรมขยะแลกไข่ไก่ 3) ควรนำขยะรีไซเคิลเข้าสู่กระบวนการแปรรูปประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ

นอกจากนี้ยังมีการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ เป็นการนำขยะรีไซเคิลมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ เป็นการติดอาวุธทางปัญญาให้แก่ชาวบ้าน ได้มีความรู้ทักษะและประสบการณ์ในการประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ด้วยการนำเอาขยะรีไซเคิลในชุมชนมารวมกัน

ได้แก่ หลอดพลาสติก ของกาแฟสำเร็จรูป กระจ่างอลูมิเนียม ขวดน้ำพลาสติก เป็นต้น จากนั้นนำมาประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์สวยงามใช้งานได้จริง เช่น การทำน้ำยาล้างภาชนะ การทำกล่องทิชชูและหมวก จากกระป๋องเครื่องดื่ม การทำดอกไม้จากพลาสติกและหลอด เป็นต้น

บทสรุป

1. สรุปและอภิปรายผล

1.1 บริบทชุมชน วิถีชีวิต ปริมาณการเกิดขยะในแต่ละประเภทของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

บริบทชุมชน และวิถีชีวิต ชุมชนตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ปีพ.ศ. 2547 นำโดยนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลอัมพวา ได้จัดเวทีประชาคมร่วมกับหลายภาคส่วน เพื่อร่วมกันหาแนวทางการฟื้นฟูชุมชนตลาดน้ำอัมพวาให้กลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้งหนึ่ง ด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภูมิปัญญา และสถาปัตยกรรมโบราณ โดยส่งเสริมให้เกษตรกรนำผลผลิตทางการเกษตรมาขายบนเรือ ส่วนบนฝั่งพ่อค้าแม่ค้าให้ปรับปรุงอาคารบ้านเรือนต้อนรับการท่องเที่ยวเต็มรูปแบบ มีโฮมสเตย์ เป็นต้น ลูกหลานที่ทำงานต่างจังหวัด กลับมาพัฒนาบ้านเกิดปรับปรุงร้านค้าร้านอาหารให้มีความคิดสร้างสรรค์ ทันสมัย ผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างลงตัวดังที่อริสรา เสยานนท์(2552 : 171) ได้เสนอแนะแนวทางและนโยบายในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตลาดน้ำอัมพวาอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาทรัพยากรธรรมชาติสภาพแวดล้อม ความเป็นเอกลักษณ์วัฒนธรรมประเพณี และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ซึ่งสามารถทำได้ในด้านต่างๆ ทั้งการจัดการสภาพแวดล้อม การจัดการศึกษาและอบรม การส่งเสริมการลงทุนและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน

ปริมาณการเกิดขยะแต่ละประเภทในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา สรุปได้ว่า ขยะเปียก คือ ขยะที่พบมากที่สุดชุมชน ยิ่งในฤดูกาลของผลไม้ ขยะเปียกจะมากจนเต็มล้นถึงขยะได้แก่ เงาะ ลูกมะพร้าว เปลือกส้มโอ เปลือกทุเรียน ลิ้นจี่ ส้มเขียวหวาน และผลไม้อื่นๆ ตลอดถึงเศษอาหารที่มีมากจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ สอดคล้องกับการวิจัยของไพบูลย์ แจ่มพงษ์(2553 : 81-83) พบว่า ขยะในชุมชนเป็นขยะเปียกมากที่สุด รองลงมาเป็นขยะทั่วไป และขยะรีไซเคิลตามลำดับ

ปริมาณการเกิดขยะรีไซเคิล ในปัจจุบันมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวมาก ขยะย่อยเพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว แต่ในช่วงโรคโควิด-19 แพร่ระบาด จำนวนขยะลดลงซึ่งขยะ รีไซเคิลที่พบในตลาดน้ำอัมพวาไม่แตกต่างจากตลาดน้ำแห่งอื่น เช่น ขวดน้ำดื่ม ขวดน้ำ

พลาสติก แก้วพลาสติก ขวดแก้ว กระป๋องอลูมิเนียม เป็นต้น เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชน นักท่องเที่ยวต้องชิม ซื้บเป็นธรรมดา รับประทานอาหารต้องดื่ม น้ำ จิบกาแฟ ดื่มน้ำ เครื่องดื่มชูกำลัง ตลอดจนเบียร์และสุรา ส่งผลทำให้ขยะรีไซเคิลประเภทนี้ตามมาในชุมชน อย่างไรก็ตามขยะรีไซเคิลสามารถนำไปขายและแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้ เป็นการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าแก่ครอบครัวและชุมชน ตามที่อุทิศ ดวงผาสุข และสันติธร ภูริภักดี (2561 : 1175-1176) กล่าวไว้ว่า ขยะมูลฝอยที่จัดการเองได้ ได้แก่ ขยะมูลฝอยที่สามารถรวบรวมไปขายได้ เช่น ขวดน้ำ ขวดแก้ว เศษพลาสติก และกระดาษ

ปริมาณการเกิดขยะอันตรายในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา พบว่า โดยทั่วไปแล้วขยะอันตรายไม่แตกต่างจากที่อื่น พบเห็นได้เหมือนกัน เช่น แบตเตอรี่ ถ่านไฟฉาย หลอดไฟ สเปร์ย สารเคมี สารเคมีกำจัดหนู แมลงสาบ ยาจุดกันยุง และที่สำคัญในปัจจุบันโรคโควิด-19 แพร่ระบาด มีขยะอันตรายติดเชื้อเพิ่มเข้ามา ได้แก่ หน้ากากผ้า หน้ากากอนามัย และชุดตรวจ ATK ควรกำจัดให้ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาล

ปริมาณการเกิดขยะทั่วไปในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในชุมชน มีกิจกรรมชิม ซื้บ สัมผัสกับอาหารรสชาติอร่อยดั้งเดิมผสมผสานกับรสชาติสมัยใหม่ เช่น กาแฟโบราณ ไอศกรีม ส้มตำไก่ย่าง อาหารซีฟู้ดต้มส้มปลาทูลอด และหอยหลอดผัดฉ่า ปลาทูลอด ซาเตียะ ร้านบันเทิงโบราณ(ฟังเพลงสมัยเก่า) หมี่กรอบทองโบราณ สูตรต้นตำรับประจำร้านที่เป็น OTOP 5 ดาวของอัมพวา เป็นต้น หลังจากนักท่องเที่ยวเดินทางกลับแล้วสิ่งที่พบเห็นในถังขยะ คือ ถุงพลาสติก ขอนขนมคบเคี้ยว ขอบะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ไม้เสียบลูกชิ้นหรืออาหารทะเล และอื่นๆ มากมาย

1.2 วิธีการจัดการขยะในครัวเรือนของชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

วิธีการจัดการขยะเปียกของครัวเรือน ในอดีตและปัจจุบันในอดีตชาวบ้านชุมชนอัมพวามีวิธีการจัดการขยะเปียกหรือขยะอินทรีย์ ซึ่งเป็นขยะที่สามารถย่อยสลายได้ง่าย ได้แก่ เศษอาหาร เศษผลไม้ เศษใบไม้ หญ้า มูลสัตว์และซากสัตว์ ชาวบ้านนำเศษใบไม้ กิ่งไม้ หญ้า และเศษผลไม้โดยนำไปทำปุ๋ยสดใส่ต้นไม้ที่ปลูกเอาไว้ แต่ในปัจจุบันชุมชนเจริญมากขึ้นเป็นชุมชนกึ่งเมืองกึ่งชนบท สถานที่เผ่าอาจจะไม่ค่อยมี ชาวบ้านมีวิธีการจัดการขยะเปียกด้วยการนำไปเลี้ยงสุกร คือ เจ้าของสุกรมาขอเอาไว้ ด้วยการนำถังขยะมาตั้งไว้ในร้านอาหาร บางคนจัดการด้วยการใส่ถุงดำไปทิ้งถังขยะหรือบางครัวเรือนแอบนำอาหารไปทิ้งในคลองน้ำทิ้งก็มี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอุทิศ ดวงผาสุข และสันติธร ภูริภักดี (2561 : 1175-1176) พบว่ารูปแบบที่เหมาะสมในการจัดการขยะมูลฝอยในสังคมชนบทวิถีชนบทชาวสวน ประเภทขยะ

มูลฝอยที่ย่อยสลายได้ เช่น เศษอาหาร ใบไม้ กิ่งไม้ วัชพืช ให้นำไปฝังกลบทำปุ๋ย หรือเผากลางแจ้ง ในที่ดินของตนเอง

วิธีการจัดการขยะรีไซเคิลของครัวเรือนในอดีตและปัจจุบัน ชาวบ้านมีวิธีการจัดการขยะรีไซเคิลด้วยการคัดแยกขยะรีไซเคิล เก็บรวบรวมไว้ขายในชุมชน ซึ่งมีร้านรับซื้อของเก่า แต่มีบางครอบครัวที่ไม่สนใจเก็บขยะรีไซเคิล โดยเอาทิ้งลงถังขยะ มีบ้านหนึ่งพูดเอาไว้ว่า “ขยะรีไซเคิล บ้านไม่เก็บเอาไว้หรือจะเป็นแหล่งสะสมเชื้อโรค เก็บไว้ขายได้เงินไม่กี่บาท ซึ่ก็เก็บสะสม” ซึ่ให้เห็นว่า มุมมองของแต่ละคนไม่เหมือนกัน สำหรับคนที่เก็บขยะรีไซเคิล กลับมองว่าเป็นการเพิ่มรายได้แก่ครอบครัว และการจัดการขยะเพื่อชุมชน ในปัจจุบันนี้ชาวบ้านเริ่มหันมาสนใจการเก็บขยะรีไซเคิลกันมากขึ้นกว่าเดิม ราคาที่ขายได้ดีกว่าในอดีต ขยะรีไซเคิล ที่พบเห็นในชุมชน เช่น ขวดพลาสติก ขวดเครื่องดื่ม กระป๋องเครื่องดื่ม นม UHT หลอดกาแฟ ไม้ตะเกียบของกาแฟสำเร็จรูป 3in 1 ฯลฯ

วิธีการจัดการขยะอันตรายของครัวเรือนในอดีตและปัจจุบัน โดยขยะอันตรายของชุมชนที่พบเห็นกันเป็นประจำ ได้แก่ แบตเตอรี่ สเปรย์ฉีดยากันยุง,แมลงสาบ ยาเบื่อหนู กระจกสี ยาฆ่าแมลง หลอดไฟ สารเคมีกำจัดศัตรูพืชและแมลง หน้ากากอนามัย และชุดตรวจ ATK ฯลฯ ชาวบ้านบางรายนำไปฝังกลบดิน และบางรายนำไปใส่ในถุงดำปิดปากมิดชิดจากนั้นนำไปทิ้งถังขยะของเทศบาลที่เตรียมเอาไว้ให้ ดังนั้น ขยะอันตรายทุกอย่าง ควรพึงระวังและมีวิธีการกำจัดให้ถูกต้องตามหลักสุขาภิบาล เพื่อสิ่งแวดล้อมที่ดีชีวีปลอดภัย

วิธีการจัดการขยะทั่วไปของครัวเรือน พบว่า ชาวบ้านในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา มีวิธีการจัดการขยะทั่วไปด้วยการใส่ถังขยะ บางรายใส่ถุงพลาสติกสีดำจากนั้นนำไปทิ้งถังขยะ

1.3 บทบาทของชุมชนต่อการจัดการขยะในชุมชนตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม

1.31 การรณรงค์การทิ้งขยะให้ถูกที่ถูกทาง เป็นกิจกรรมที่รณรงค์ให้ชาวบ้านเห็นความสำคัญของการทิ้งขยะ โทษของขยะ และผลดีของการจัดการขยะในครัวเรือนและชุมชน โดยใส่ใจทิ้งขยะให้ถูกที่ถูกทางถังขยะ 4 ถึง 4 สี 4 ประเภท ดังนี้ 1) ถังขยะสีน้ำเงิน สำหรับทิ้งทั่วไปได้แก่ ถุงพลาสติก ห่อขนม ถุงกระดาษ เป็นต้น 2) ถังขยะสีแดงสำหรับทิ้งขยะอันตราย ได้แก่ กระจกสี ขวดสเปรย์ น้ำยาล้างห้องน้ำ สเปรย์ไล่ยุง 3) ถังขยะสีเขียวสำหรับทิ้งขยะเปียก ได้แก่ เศษอาหาร เศษผัก เศษผลไม้ เศษใบไม้ ซากสัตว์ และมูลสัตว์ เป็นต้น 4) ถังขยะสีเหลืองสำหรับทิ้งขยะรีไซเคิล ได้แก่ ขวดพลาสติก ขวดแก้ว กระป๋องอะลูมิเนียมเครื่องดื่ม หลอดน้ำดื่มของกาแฟสำเร็จรูป ของน้ำยาล้างจาน และกระดาษ ดังที่เกียรติกุล ถวิล (2558 : 80-82) มี

ข้อเสนอแนะด้านการลดการเกิดขยะมูลฝอย ควรมีกิจกรรมหรือโครงการเผยแพร่ความรู้และสนับสนุนให้ประชาชนร่วมมือในด้านการลดการเกิดขยะมูลฝอย

1.3.2 การปลูกฝังทัศนคติพฤติกรรมแนวทางการจัดการขยะของชุมชนด้วยเทคนิค 3Rs ได้แก่ Reduce คือ ลดการใช้(คิดก่อนใช้) Reuse คือ นำกลับมาใช้ซ้ำ(ใช้แล้วใช้อีก) Recycle คือ นำกลับมาใช้ใหม่ สรุปได้ดังนี้

Reduce คือ ลดการใช้(คิดก่อนใช้) คือ ใช้น้อยลง และใช้ทดแทนกันได้โดยมีแนวทางการจัดการขยะ ดังนี้ 1) การลดการนำขยะเข้าบ้าน 2) ควรใช้ผลิตภัณฑ์ชนิดเติม 3) ลดปริมาณขยะอันตรายในบ้าน 4) ควรหลีกเลี่ยงใช้โฟมและพลาสติก 5) ควรปฏิเสธซื้อสินค้าจากการบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มหลายชั้น 6) ควรหลีกเลี่ยงสินค้าชนิดใช้ครั้งเดียวแล้วทิ้ง 7) งดการบริโภคที่ฟุ่มเฟือย

Reuse คือ นำกลับมาใช้ซ้ำ (ใช้แล้วใช้อีก) คือ การใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่าเกิดประโยชน์สูงสุดโดยมีกิจกรรมดังนี้ 1) ควรนำสิ่งของที่ใช้แล้วนำกลับมาใช้ใหม่ เช่น ถูพลาสติก 2) ควรนำสิ่งของมาดัดแปลงใช้ประโยชน์ได้อีก 3) ควรใช้กระดาษทั้งสองหน้า 4) ควรซ่อมแซมบำรุงรักษาเครื่องมือวัสดุอุปกรณ์ต่างๆภายในบ้าน 5) ควรนำสิ่งของไปบริจาค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเกียรติกุล ถวิล (2558 : 80-82) พบว่า ด้านการนำกลับมาใช้ใหม่ควรมีการปลูกฝังทัศนคติการนำวัสดุเหลือใช้กลับมาใช้ซ้ำอีกครั้ง เช่นการนำขยะประเภทขวดพลาสติกหรือขวดแก้วกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ หรือการนำขยะประเภท กล่องกระดาษหรือหนังสือพิมพ์เก็บไว้ขายหรือนำกลับมาใช้อีก และการเก็บถูพลาสติกที่ยังใช้งานได้นำกลับมาใช้ใหม่

Recycle คือ การนำกลับมาใช้ใหม่ โดยมีกิจกรรมดังนี้ 1) ควรคัดแยกขยะแต่ละประเภท 2) ควรจัดกิจกรรมต่างๆ เช่น ขยะแลกไข่ 3) ควรนำขยะรีไซเคิล เข้าสู่กระบวนการแปรรูปประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์สินค้าต่างๆ ตามความต้องการและเหมาะสมของชุมชน สอดคล้องกับพระครูใบฎีกาสมชาย สุวานวโร (ทิพย์บุญทอง),ไพรัตน์ ฉิมหาดีและเดโช แชน้ำแก้ว(ม.ป.ป. : 80) กล่าวไว้ว่า การนำขยะกลับไปใช้ใหม่และการนำขยะไปเป็นอาหารสัตว์

การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ จากการทำขยะรีไซเคิลมาแปรรูปประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์สินค้าของชุมชน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ชาวบ้านรู้จักคัดแยกขยะรีไซเคิล และการนำขยะรีไซเคิลมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เกิดคุณค่าทางจิตใจ และที่สำคัญเกิดมูลค่าสร้างอาชีพและเพิ่มรายได้แก่ตนเองและครอบครัวซึ่งกิจกรรม เช่น การทำน้ำยาล้างภาชนะ การทำกล่องทิชชูและหมวกจากกระป๋องเครื่องดื่ม ดอกไม้จากพลาสติกและหลอด และโคมไฟแต่งสถานที่ เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะ

2.1 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ควรนำไปพิจารณา เช่น การสร้างจิตสำนึกแก่ประชาชน ต้นตอของการเกิดขยะ นโยบายด้านการจัดการท่องเที่ยวไปพร้อมกับการจัดการขยะ และชุมชนควรเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการขยะให้มากกว่านี้

2.2 บทบาทของชุมชนต่อการจัดการขยะ ควรนำ 3Rs ไปประยุกต์ใช้ในชุมชน หรือควรเพิ่มเป็น 8Rs ในการจัดการขยะให้มีประสิทธิภาพต่อไป

2.3 ควรศึกษาวิจัยต่อยอด ปัจจัยความสำเร็จบทบาทของชุมชนต่อการจัดการขยะอย่างยั่งยืน, การพัฒนากลุ่มอาชีพสตรีการนำขยะรีไซเคิลมาประดิษฐ์เป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม.(2563). แผนปฏิบัติการลดและคัดแยกขยะมูลฝอย ประจำปีงบประมาณ 2563. เอกสารเผยแพร่.

เกียรติกุล ถวิล.(2558). พฤติกรรมการจัดการขยะมูลฝอยในรูปแบบ 3R (Reduce, Reuse, Recycle) ของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองชลบุรี อำเภอเมืองชลบุรี จังหวัดชลบุรี. คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

เทศบาลตำบลอัมพวา.(2564). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเทศบาลตำบลอัมพวา. เอกสารเผยแพร่.

พระครูใบฎีกาสมชาย สุานวโร (ทิพย์บุญทอง),ไพรัตน์ ฉิมหาดและเดโช แชน้ำแก้ว.(ม.ป.ป.). แนวทางการจัดการขยะมูลฝอยในครัวเรือน. วารสารวิชาการสังคมมนุษย์, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช.

ไพบุลย์ แจ่มพงษ์.(2553). การจัดการขยะโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนบริเวณตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. รายงานการวิจัยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจาก มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

สำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัด กลุ่มงานส่งเสริมและพัฒนาท้องถิ่น จังหวัดสมุทรสงคราม.(2564). แผนปฏิบัติการจัดการขยะมูลฝอยชุมชน “จังหวัดสะอาด” จังหวัดสมุทรสงคราม ประจำปีพ.ศ.2564. เอกสารเผยแพร่.

อริสรา เสยานนท์.(2552). การป้องกันและการแก้ไขปัญหาของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารวิชาการ, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ปีที่ 29 ฉบับที่ 4 เดือนตุลาคม - ธันวาคม 2552.

อุทิศ ดวงผาสุข และสันติธร ภูริภักดี. (2561). การให้ความหมายและสร้างรูปแบบการจัดการขยะมูลฝอย ที่เหมาะสมในสังคมชนบทแบบวิถีชีวิตชาวสวน กรณีศึกษา

ตำบลบางนางลี่ อำเภอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม: การศึกษาเพื่อสร้างทฤษฎีฐานราก.
วารสารฉบับภาษาไทย, สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์และศิลปะ
มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีที่ 11 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-เมษายน 2561.

การวิเคราะห์เนื้อหาของหลักสูตรการตลาดออนไลน์ในต่างประเทศช่วงทศวรรษที่ผ่านมา

Content Analysis of Foreign Online Marketing Training Courses in the Past Decade

บุญฤทธิ คำโคกกรวด¹และภัทรวรรณ จีระพัฒนธรร²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาของหลักสูตรการตลาดออนไลน์ในต่างประเทศช่วงทศวรรษที่ผ่านมาโดยพิจารณาตามกรอบส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 (7P) วิธีการวิจัยเป็นการศึกษาเอกสาร ซึ่งเป็นเอกสารหลักสูตรจากต่างประเทศ มีเกณฑ์การคัดเลือกเอกสาร ได้แก่ 1) เป็นเอกสารหลักสูตรการตลาดออนไลน์ในต่างประเทศที่จัดโดยสถาบันการศึกษา หรือองค์กรที่ให้บริการทางการศึกษา 2) เป็นหลักสูตรที่สอนเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดในด้านใดด้านหนึ่ง และ 3) เป็นหลักสูตรที่จัดขึ้นในช่วงปี ค.ศ. 2013 - 2022 หรือ พ.ศ. 2556 – 2565 ผู้วิจัยได้หลักสูตรที่ผ่านเกณฑ์ดังกล่าวจำนวน 35 หลักสูตร เครื่องมือวิจัยได้แก่ แบบลงรหัสเพื่อวิเคราะห์เนื้อหาของหลักสูตรการตลาด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาหลักสูตรทั้งหมด 35 หลักสูตร พบว่าหลักสูตรการตลาดออนไลน์ในทศวรรษที่ผ่านมาให้ความสำคัญกับคนหรือพนักงานมากที่สุด (f=27) รองลงมาได้แก่กระบวนการในการให้บริการ (f=25) ผลิตภัณฑ์ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (f=13 เท่ากัน) ส่วนการศึกษาสำคัญของหลักสูตรพบว่า อันดับ 1 ได้แก่ กลยุทธ์การตลาด (f=14) อันดับ 2 ได้แก่ การวิเคราะห์ทางการตลาด (f=7) อันดับ 3 ได้แก่ การสร้างแบรนด์และการกำหนดราคา (f=6 เท่ากัน) อันดับ 4 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (f=4) ส่วนอันดับ 5 ได้แก่ การตลาดดิจิทัล การตลาดที่สื่อสารด้วยคอนเทนต์ ส่วนประสมการตลาด การสื่อสารทางการตลาด การวางแผน การกำหนดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (f=3 เท่ากัน)

คำสำคัญ: การวิเคราะห์เนื้อหา; หลักสูตรการตลาด; หลักสูตรออนไลน์

¹ นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาการศึกษเพื่อพัฒนาความเป็นผู้ประกอบการ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

² รองศาสตราจารย์ประจำภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Abstract

The purpose of this research was to analyze contents of foreign online marketing training course in the past decade by considering all 7 marketing mix (7P) framework. The research method is documentary study of foreign academic documents. The selection criteria include 1) it must be online marketing training program provided by educational institutions and organizations, 2) it should provide one of marketing mix contents, and 3) it should be training program during 2013-2022 (2556-2565 B.E.) There were 35 training programs that meet all criteria. The research instrument was a coding sheet for data analysis and collection. The coding sheet was validated by three educational experts. Data were analyzed by frequency counts and content analysis. Results from 35 training programs revealed that online marketing training program in the past decade have focused on 'people' (f=27), followed by 'process' (f=25), 'product' and 'physical evidence' (f=13 equally). The most frequent keywords of the training program were 'marketing strategy' (14 courses), followed by 'marketing analysis' (f=7), 'branding' and 'pricing' (f=6 equally), 'product' (f=4), 'digital marketing', 'content marketing', 'marketing mix', 'marketing communication', 'planning', 'targeting', and 'positioning' (f=3 equally).

Keywords: Content Analysis, Marketing Course; Online Course

บทนำ

การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ตั้งแต่ช่วงต้นปี พ.ศ. 2563 ได้ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อของลูกค้า ทั้งนี้ เนื่องจากมาตรการสกัดการแพร่ระบาด ไม่ว่าจะเป็นการระงับการให้บริการและการระงับการเคลื่อนที่ (Lockdown) การระงับการเดินทางระหว่างประเทศ การรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) ตลอดจนการปิดเมืองและห้ามประชาชนออกจากเคหสถาน (Graham et al., 2020) ส่งผลให้เศรษฐกิจหลายภาคส่วนทั้งในและต่างประเทศต้องหยุดชะงัก ไม่ว่าจะเป็นภาคการท่องเที่ยว ภาคบริการ ภาคการผลิต ต่อเนื่องจนถึงการส่งออก การบริโภคและการลงทุน องค์กรกองทุนการเงินระหว่างประเทศ หรือ IMF ได้คาดการณ์สถานการณ์ ณ เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2563 ระบุว่า เศรษฐกิจโลก ในปี พ.ศ. 2563 ลดลงคิดเป็นร้อยละ -4.9 จากที่ขยายตัวร้อยละ 2.9 ในปีก่อน สำหรับเศรษฐกิจไทยในปีเดียวกันนี้ ธนาคารแห่งประเทศไทยคาดว่าเศรษฐกิจไทยลดลงคิดเป็นร้อยละ -8.1 (ปัญญาวัฒน์ ประสิทธิ์เดชสกุล, 2563)

ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องประชาชนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ได้ง่ายขึ้น ส่งผลให้การศึกษาของประเทศไทยเกิดการปรับตัวต่อ

การเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ก้าวทันต่อความต้องการในการเรียนรู้ที่มีความหลากหลาย การเรียนการสอนแบบออนไลน์ (Online Learning) จึงได้เข้ามามีบทบาทต่อการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษาที่สอดคล้องกับกระแสโลกาภิวัตน์ และการศึกษาแบบไร้พรมแดน รวมทั้งการขยายโอกาสให้กับผู้เรียนเลือกเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2561) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาผู้เรียนให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก และเป็นพลเมืองที่สร้างความยั่งยืนให้กับประเทศ (สำนักงานมาตรฐานการศึกษาและพัฒนาการเรียนรู้, 2562)

การก้าวผ่านเข้าสู่โลกแห่งการเรียนรู้แบบใหม่ การปรับกระบวนการเรียนการสอนเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้เรียนที่เปลี่ยนแปลงไป และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่มาเป็นเครื่องมือกระตุ้นการเรียนรู้ของผู้เรียนนับเป็นความท้าทายสำหรับผู้สอนอย่างยิ่ง (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2556) แนวโน้มการเรียนรู้ของคนรุ่นใหม่ในยุคดิจิทัล เนื่องจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปส่งผลให้เกิดรูปแบบการเรียนรู้ที่เปลี่ยนแปลงอย่างก้าวกระโดดโดยเฉพาะการเรียนรู้รูปแบบออนไลน์ ซึ่งโมเดลการเรียนออนไลน์เริ่มมีให้เห็นกันอย่างแพร่หลายแล้วในปัจจุบันและคงจะยิ่งเติบโตขึ้นไปอีก เพราะสามารถตอบโจทย์การหาความรู้ของคนยุคใหม่ได้ดีมาก ๆ ซึ่งไม่ว่าจะเป็น สถาบันต่าง ๆ ทั้งสถาบันของรัฐและสถาบันของเอกชน ต่างก็เริ่มมองเห็นโอกาสนี้เช่นเดียวกัน ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นกลุ่มธุรกิจที่เป็นกลไกหลักสำคัญในการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ ภายใต้โลกของการแข่งขันยุคใหม่สภาพแวดล้อมภายนอกที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยเข้ามามีอิทธิพลต่อการประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่าง หลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น ผู้ประกอบธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม จึงต้องมีการปรับตัว เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน และสามารถอยู่รอดได้ในระยะยาว (สุจิตา เสถียรมาศ, 2555) หนึ่งในมาตรการเพื่อการควบคุมการแพร่กระจายเชื้อ COVID-19 (Hill, 2020) ภายใต้สถานการณ์ภาวะฉุกเฉิน ด้านสาธารณสุขนั้น ได้แก่ วิธีการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) เป็นการเว้นระยะห่างในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ระหว่างบุคคล ทำให้เกิดกระแสนของการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตการทำงานและการศึกษาจำนวนมาก โดยในส่วนของศึกษามีการปรับเป็นรูปแบบการสอนออนไลน์ (Narine and Meier, 2020)

อย่างไรก็ตาม การสื่อสารการตลาดออนไลน์จึงสำคัญและบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจประกอบกับเป้าหมายหลักของการขายสินค้าและบริการออนไลน์ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต่างหวังผลในเชิงการค้ากับผู้บริโภคดังนั้นการเข้าใจถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยเฉพาะปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญโดยเฉพาะมิติการสื่อสารการตลาดออนไลน์ (กฤษณ์กรวิชัย จันทพันธ์สกุล, 2560) ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีการสนใจที่จะทำการวิจัยในหัวข้อนี้เพื่อทำให้ทราบถึงเนื้อหาของหลักสูตรการตลาดออนไลน์และเป็นการวิเคราะห์เนื้อหาของหลักสูตรการตลาดออนไลน์ในทศวรรษที่ผ่านมาสำหรับผู้ประกอบการที่สนใจการเรียนการตลาดออนไลน์ต่อไปอีกด้วย

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาการวิเคราะห์เนื้อหาของหลักสูตรการตลาดออนไลน์ในต่างประเทศช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โดยพิจารณาตามกรอบส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 (7P)

การทบทวนวรรณกรรม

ส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาดจะมีองค์ประกอบเพิ่มขึ้นมาจากส่วนประสมทางการตลาดของสินค้าทั่วไป โดยจะประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่เป็นส่วนประสมทั้ง 7 ประการ ดังนี้ (Armstrong & Kotler, 2014; Kotler & Keller, 2016)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าและบริการอันประกอบด้วยผลิตภัณฑ์หลักและผลิตภัณฑ์เสริม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงผลประโยชน์ที่ลูกค้าต้องการเพื่อการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันที่ตอบสนองความพึงพอใจของลูกค้าและผู้ให้บริการ

2. ราคา (Price) หมายถึง ค่าใช้จ่ายไม่ว่าจะในรูปของเงินและเวลารวมไปถึงความพยายามที่เกิดขึ้นในการซื้อและการใช้บริการ

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง เป็นการตัดสินใจถึงการที่จะส่งมอบบริการให้กับลูกค้าเมื่อไหร่และต้องใช้เวลาในการที่จะส่งมอบบริการเท่าไรและเกิดขึ้นสถานที่ ไหนและส่งมอบกันอย่างไรซึ่งก็คือช่องทางการจัดจำหน่ายทางด้านกายภาพหรืออิเล็กทรอนิกส์

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง เป็นกิจกรรมด้านการออกแบบสิ่งจูงใจ และการสื่อสารด้านการตลาดเพื่อสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าสำหรับการธุรกิจการให้บริการประเภทใดประเภทหนึ่ง

5. บุคลากร (People) หมายถึง ปัจจัยทางด้านบุคลากรทั้งหมดที่ได้มีส่วนร่วมกันในการกิจกรรมการส่งมอบบริการโดยจะมีผลกระทบต่อการรับรู้คุณภาพบริการของลูกค้าด้วยซึ่งในที่นี้บุคลากรจะนับรวมไม่เพียงแต่บุคลากรของธุรกิจนั้นแต่ยังรวมไปถึงผู้มาใช้บริการและลูกค้ารายอื่นๆที่รวมกันอยู่ในสถานที่ให้บริการนั้นอีกด้วย ธุรกิจให้บริการที่สามารถจะประสบความสำเร็จจะต้องใช้ความพยายามในการวางแผนทั้งด้านกำลังคนการสรรหาการคัดเลือกบุคลากรและการฝึกอบรมพัฒนา รวมถึงยังต้องสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานที่เกี่ยวข้องทั้งหมด

6. กระบวนการ (Process) หมายถึง ขั้นตอนกระบวนการที่จำเป็นในการทำงานและให้บริการแก่ลูกค้ารวมถึงวิธีในการทำงานสร้างและส่งมอบผลิตภัณฑ์ โดยต้องอาศัยการออกแบบและปฏิบัติให้ได้ตามกระบวนการที่มีประสิทธิผลโดยมีความเกี่ยวข้องกับด้านการผลิตและเสนอบริการนั้นๆให้กับผู้มาใช้บริการ

7. หลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง สถานที่และสิ่งแวดล้อมรวมถึงองค์ประกอบต่างๆที่สามารถจับต้องได้และสิ่งอำนวยความสะดวกอำนวยความสะดวกที่ให้ความสะดวกต่อผู้ปฏิบัติงานและลูกค้าที่มาใช้บริการ รวมถึงช่วยสื่อสารการบริการนั้นให้ลูกค้ารับรู้คุณภาพการบริการอย่างเป็นรูปธรรม

หลักสูตรออนไลน์

การเรียนการสอนแบบออนไลน์เป็นวิธีการถ่ายทอดเนื้อหา รูปภาพ วีดีโอ การใช้สื่อประสม (Multimedia) ร่วมกับการสนทนาแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีสมัยใหม่ (Alibak et al., 2019) เพื่อให้ผู้เรียนได้เข้าถึงแหล่งเรียนรู้ที่มีความหลากหลาย ทันสมัย สามารถเรียนรู้ด้วยตนเองตามความต้องการ ซึ่งการเรียนการสอนแบบออนไลน์มีความจำเป็นมากในปัจจุบัน เนื่องจากการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ผู้เรียนจำเป็นต้องมีทักษะทางด้านการสื่อสาร การใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ การรู้เท่าทันสื่อ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Care, 2018)

องค์ประกอบการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์

การจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ เป็นการจัดการเรียนรู้ที่ผสมผสานองค์ความรู้ร่วมกับนวัตกรรมการเรียนรู้และเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีรูปแบบการสอนที่หลากหลาย องค์ประกอบของการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ สรุปได้ดังนี้

1. **ผู้สอน (Instructor)** เป็นผู้ถ่ายทอดเนื้อหา องค์ความรู้ต่างๆให้กับผู้เรียนให้เกิดความเข้าใจในเนื้อหาประสบการณ์ ความเชี่ยวชาญของผู้สอน มีส่วนทำให้การสอนออนไลน์บรรลุเป้าหมาย ซึ่งบทบาทของผู้สอนเป็นผู้ให้คำแนะนำ (Guide) พี่เลี้ยง (Mentor) เป็นผู้ฝึก (Coach) อำนวยความสะดวก (Facilitators) (Belarmino and Bahle-Lampe, 2019) เพื่อช่วยให้ผู้เรียนสามารถสังเกตเห็นศักยภาพของตนเองในด้านการเรียนรู้ อย่างไรก็ตามผู้สอนต้องพัฒนา สมรรถนะด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อส่งเสริมกระบวนการจัดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยให้มีความพร้อมในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าขณะที่สอน และควรมีการติดตามการเข้าเรียนของผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง เช่น ความถี่ของการเข้าเรียน จำนวนชั่วโมงการเรียน ปัญหาอุปสรรค ความต้องการในการช่วยเหลือเพิ่มเติมในการเรียน เพื่อให้ผู้เรียนได้รับประโยชน์จากการเรียนการสอนแบบออนไลน์เพิ่มขึ้น จากประสบการณ์การจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ของผู้นิพนธ์ ได้เตรียมความพร้อมก่อนดำเนินการ สอน โดยเรียนรู้การใช้งานในระบบ และทดสอบการสอนออนไลน์เพื่อประเมินปัญหาอุปสรรค แนวทางแก้ไข ปัญหาขณะดำเนินการสอน รวมทั้งได้ปรับบทบาทการสอนโดยเน้นเป็นผู้ให้คำแนะนำ ผู้อำนวยความสะดวก กับผู้เรียนเพิ่มขึ้น เช่น เนื้อหาการเรียน การสืบค้นงาน รวมทั้งมีการติดตามการเข้าเรียนของผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง

2. **ผู้เรียน (Student)** เป็นผู้รับเนื้อหาและองค์ความรู้จากผู้สอนซึ่งผู้เรียนจำเป็นต้องมีความพร้อมในด้านการใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศ มีความฉลาดรู้ดิจิทัล (Digital Literacy) สามารถสืบค้น วิเคราะห์

ข้อมูล ประเมินเนื้อหาอย่างเป็นระบบ โดยใช้วิจารณ์ญาณในการตัดสินใจเกี่ยวกับข้อมูลได้อย่างเหมาะสม มีการเตรียมความพร้อมในการเรียนรู้ เช่น การศึกษาขอบเขตของเนื้อหาก่อนเข้าเรียน การสืบค้นข้อมูลที่เกี่ยวข้อง กับการเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ต่างๆ การเตรียมระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตให้พร้อมใช้งาน การเตรียมสถานที่ สำหรับการเรียนที่เหมาะสม การติดต่อสื่อสารแบบดิจิทัลกับผู้สอนเพื่อให้สามารถมีปฏิสัมพันธ์กับผู้สอนได้ เหมาะสม รวมทั้งมีความฉลาดทางอารมณ์ในการใช้สื่อ (Digital Emotional Intelligence) อย่างเหมาะสม เช่น การแบ่งปันข้อมูลข่าวสารให้กับคนอื่น การมีน้ำใจในโลกออนไลน์ เป็นต้น (กิตติชัย สุชาติโนบล, 2562) รวมทั้งควรเป็นผู้ที่มีความรับผิดชอบในการเรียนรู้ด้วยตนเอง และมีคุณธรรม จริยธรรมในการเรียนรู้ มีส่วนร่วมในการเรียน การส่งงาน ตามกำหนด มีการทบทวนความรู้อย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ผู้เรียนได้รับประโยชน์จากการเรียนการสอนแบบ ออนไลน์เพิ่มขึ้น

3. เนื้อหา (Content) เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้การเรียนการสอนบรรลุตามวัตถุประสงค์ เนื้อหาควรมีการออกแบบโครงสร้างตามวัตถุประสงค์ของรายวิชา มีการวางแผนผังรายวิชาเพื่อเป็นระบบนำทาง เชื่อมโยงไปสู่เนื้อหาต่างๆในบทเรียน สำหรับข้อความของเนื้อหาควรมีความชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย มีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ผู้เรียนศึกษาทำความเข้าใจได้ด้วยตนเองอย่างเหมาะสม (Picciano, 2017) รวมทั้งควรมีการจัดลำดับข้อมูล หัวข้อย่อยต่างๆให้มีการเชื่อมโยงกัน และเนื้อหาในบทเรียนสามารถที่จะส่งเสริมให้ ผู้เรียนศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมได้ภายหลังจากการเรียนออนไลน์

4. สื่อการเรียนและแหล่งเรียนรู้ (Instructional Media & Resources) ถือว่ามีความสำคัญ เป็นอย่างยิ่งต่อการจัดการศึกษา สื่อการสอนที่ดีจะเป็นส่วนช่วยให้ผู้เรียนสามารถทำความเข้าใจในเนื้อหาขณะที่เรียนได้ สื่อที่ใช้ในการสอนควรที่มีความแปลกใหม่ ดึงดูดความสนใจของผู้เรียนและกระตุ้นการเรียนรู้ เช่น วิดีโอ ภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว สถานการณ์จำลอง บทควมวิชาการ เป็นต้น (Rao, 2019) อย่างไรก็ตามผู้สอนควรเลือกใช้สื่อให้เหมาะสม เช่น ขนาดตัวหนังสือ สี ความคมชัดของรูปภาพ ความถูกต้องของข้อมูล รวมทั้งสื่อที่นำมาใช้ควรมีความสอดคล้องกับเนื้อหาของรายวิชาเพื่อให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้แหล่ง เรียนรู้ (Resources) ได้แก่ หนังสือ ตำรา E-book E-Journal ห้องสมุด เป็นทางเลือกที่ทำให้ผู้เรียนสามารถ เข้าถึงสื่อการเรียนรู้อย่างสะดวก ด้วยการสืบค้นข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อนำมาประกอบการเรียน ซึ่งแหล่งเรียนรู้ควรมีความ หลากหลายให้ผู้เรียนสืบค้นได้อย่างเพียงพอ ทำให้ผู้สอนไม่จำเป็นต้องใส่เนื้อหาในบทเรียนทั้งหมด (Sadykova & Meskill, 2019)

5. กระบวนการจัดการเรียนรู้ (Learning Process) เป็นกระบวนการออกแบบการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนตามหัวข้อ วัตถุประสงค์ เนื้อหา สื่อการสอน กิจกรรมการเรียนรู้วิธีการวัดประเมินผลโดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศ มาออกแบบวิธีการจัดการเรียนรู้ภายใต้กระบวนการวิเคราะห์ (Analysis) วางแผน ออกแบบ (Planning Design) นำไปใช้ (Implement) พัฒนา (Development) ประเมินผล (Evaluation) หลักสูตรการเรียนรู้ให้กับผู้เรียน ซึ่งกระบวนการจัดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ ควรส่งเสริมให้ผู้เรียนได้สามารถนำเนื้อหาไปประยุกต์สู่การเรียนรู้ตามสภาพจริง (Authentic Learning)

6. **ระบบการติดต่อสื่อสาร (Communication Systems)** มีส่วนสำคัญที่ทำให้การจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ประสบความสำเร็จได้ ซึ่งการติดต่อสื่อสารแบ่งออกเป็น 2 ชนิด ได้แก่ การสื่อสารทางเดียว (One-Way Communication) เป็นการถ่ายทอดเนื้อหาผ่านสื่อการสอน เช่น วิดีโอ สไลด์ สถานการณ์จำลอง และกรณีศึกษา เหล่านี้เรียกว่าการสื่อสารทางเดียว ส่วนการสื่อสารสองทาง (Two-Way Communication) เป็นการถ่ายทอดเนื้อหาผ่านสื่อการสอน เช่น คอมพิวเตอร์ช่วยสอน การเรียนผ่านระบบออนไลน์ รวมถึงการประชุมทางไกลผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ เช่น Google Hangout Meet, Zoom Meeting, Schoology, Webex, Microsoft Teams เป็นต้น ซึ่งผู้สอน และผู้เรียนสามารถพูดคุย ชักถาม ร่วมกันได้ในขณะที่สอนและตรวจสอบความเข้าใจของผู้เรียนได้จากประสบการณ์การจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ของผู้นิพนธ์ พบว่า การพิจารณาเลือกกระบวนการ ติดต่อสื่อสาร ทำให้เกิดการเรียนรู้ถึงจุดเด่น ข้อจำกัดของโปรแกรม ได้แก่ จำนวนผู้เข้าใช้งาน ระยะเวลาใช้งาน ความคมชัดของภาพและเสียง ทำให้การเรียนการสอนแบบออนไลน์มีประสิทธิภาพและเหมาะสม รวมทั้ง การเลือกกระบวนการติดต่อสื่อสารชนิดสองทางผ่านโปรแกรมต่าง ๆ สามารถส่งเสริมให้ผู้สอนและผู้เรียนได้มีปฏิสัมพันธ์ร่วมกันเพิ่มขึ้น ทำให้ผู้เรียนกล้าที่จะพูดคุยหรือชักถามกับผู้สอนได้สะดวกมากขึ้น (Haugen & Metcalf, 2018)

7. **ระบบเครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศ (Network Systems)** เป็นช่องทางในการอำนวยความสะดวกให้การเรียนการสอนมีความราบรื่นได้ ระบบเครือข่ายสารสนเทศ ประกอบด้วย 1) ระบบเครือข่ายภายในสถาบัน (Intranet) เป็นระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ภายในสถานศึกษา ซึ่งให้ผู้เรียนสามารถเข้ามาใช้ เครือข่ายภายในสถานศึกษาสำหรับการเรียนออนไลน์ได้ 2) ระบบเครือข่ายภายนอกสถาบัน (Internet) ที่เชื่อมต่อระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ทั่วโลกเพื่อให้สามารถติดต่อสื่อสารได้รวดเร็ว ซึ่งผู้เรียนสามารถใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ตสำหรับการเข้าเรียนออนไลน์ได้ทุกที่ ทุกเวลา รวมทั้งสืบค้นข้อมูลประกอบการเรียนรู้ได้ อย่างไรก็ตาม อาจมีข้อจำกัดเกี่ยวกับความพร้อมของนักศึกษาในเรื่องการเตรียมอุปกรณ์เชื่อมต่อ กับระบบ เครือข่ายเทคโนโลยีสารสนเทศและพื้นที่ที่ไม่มีสัญญาณเครือข่ายอินเทอร์เน็ต รวมถึงความเร็วของอินเทอร์เน็ตอาจทำให้การจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์ไม่ราบรื่นได้

8. **การวัดและการประเมินผล (Measurement and Evaluation)** การเรียนการสอนแบบออนไลน์จำเป็นต้องมีการวัดและประเมินผลเช่นเดียวกันกับรูปแบบการเรียนการสอนทั่วไป โดยมีการวัดและประเมินผลทั้งระหว่างเรียน (Formative Assessment) เช่น การตั้งคำถาม การสังเกตพฤติกรรมผู้เรียน สะท้อนคิด เป็นต้น และภายหลังจัดการเรียน (Summative Assessment) เช่น การทดสอบด้วยแบบทดสอบต่าง ๆ เพื่อตรวจสอบความเข้าใจของผู้เรียน ประสิทธิภาพของการเรียน เพื่อ สะท้อนความสามารถการเรียนรู้ของผู้เรียน ซึ่งควรมีความหลากหลาย เพื่อวัดประเมินผลผู้เรียนให้สอดคล้อง ตามสภาพจริง (Shaban & Bayrak, 2020) อย่างไรก็ตามผู้สอนจำเป็นต้องออกแบบเครื่องมือวิธีการวัดและประเมินผลให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งควรมีการส่งเสริมคุณธรรมจริยธรรมในการทดสอบออนไลน์ เพื่อป้องกันการทุจริตในระหว่างการสอบ จากประสบการณ์การจัดทดสอบแบบออนไลน์ พบว่าปัญหาของการ

ทฤษฎีในการทำข้อสอบมีน้อย เนื่องจาก ผู้สอนมีการกำหนดวิธีการสอบชัดเจน มีระบบการจัดเรียงข้อสอบแบบสุ่ม ทำให้การเรียงลำดับข้อสอบแต่ละ ชุดที่ส่งให้ผู้เรียนทำการสอบนั้นจะไม่เหมือนกัน พร้อมทั้งมีเวลาเป็นตัวกำหนดการสิ้นสุดใช้งานในระบบ และผู้เรียนต้องเปิดกล่องตลอดเวลาขณะที่มีการทดสอบเพื่อให้ผู้สอนได้สังเกตพฤติกรรมของผู้เรียน แต่ละคนได้

ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า องค์ประกอบของการจัดการเรียนการสอนแบบออนไลน์เป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้นักเรียนการสอนนั้นเกิดประสิทธิภาพ ซึ่งองค์ประกอบดังกล่าวจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องออกแบบให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์จริง สามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะกับผู้เรียนได้ ทั้งนี้ควรประเมินความพร้อมของ องค์ประกอบดังกล่าว การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนของการนำไปใช้ เพื่อนำไปสู่การประยุกต์ใช้กับการเรียน การสอนแบบออนไลน์ให้มีความเหมาะสม อย่างไรก็ตามความท้าทายของการจัดการเรียนการสอนแบบ ออนไลน์ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเทคโนโลยีสารสนเทศเพียงอย่างเดียว แต่การเตรียมตัวของผู้เรียนและผู้สอนก็มีส่วน สำคัญที่จำเป็นต้องปรับมุมมอง แนวความคิด รวมทั้งไม่ควรยึดติดวิธีการเรียนการสอนรูปแบบเดิมแต่ควรเปิด มุมมอง แนวความคิด วิธีการเรียนการสอนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น การประยุกต์การเรียนการสอนแบบออนไลน์ เป็นสิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องมีการออกแบบกิจกรรมการเรียนการสอนทั้ง 3 ระยะ ได้แก่ ก่อน ระหว่าง และหลังสอน ให้มีความเหมาะสม รวมทั้งควรมีการปรับบทบาทของผู้สอน ผู้เรียน วิธีการสอน สื่อการเรียนการสอน การวัดประเมินผล และสรุปแก้ไขปัญหาจากการเรียนการสอนแบบออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

ระเบียบวิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเอกสาร (Documentary Study) โดยศึกษาข้อมูลจากเอกสารทุติยภูมิ (Secondary Data) ประกอบด้วย หลักสูตรการตลาดออนไลน์ซึ่งจัดขึ้นในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่เป็นเอกสารต่างประเทศ เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาของหลักสูตรการตลาดออนไลน์ในต่างประเทศช่วงทศวรรษที่ผ่านมาโดยพิจารณาตามกรอบส่วนประสมการตลาดทั้ง 7 (7P)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษานี้เป็นการศึกษาจากเอกสารหลักสูตรการตลาดออนไลน์ซึ่งจัดขึ้นในช่วงสถานการณ์โควิด-19 ที่เป็นเอกสารต่างประเทศ จำนวน 35 เรื่อง โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกเอกสารดังต่อไปนี้

1. เป็นเอกสารหลักสูตรในต่างประเทศ
2. เป็นหลักสูตรที่จัดโดยสถานศึกษา องค์กร หรือหน่วยงานที่ให้บริการด้านการศึกษา
3. เป็นหลักสูตรที่จัดขึ้นในช่วงสถานการณ์โควิด-19 (ค.ศ. 2019 – 2022)
4. เป็นหลักสูตรที่มีขอบเขตเนื้อหาเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด (7P)

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ ได้แก่ แบบลงรหัส (Coding Sheet) สำหรับวิเคราะห์เอกสารหลักสูตรการตลาดออนไลน์ในต่างประเทศ โดยในแบบลงรหัสประกอบด้วย

1. ชื่อหลักสูตร
2. หน่วยงานเจ้าของหลักสูตร
3. เนื้อหาของหลักสูตร
4. คำสำคัญ
5. วันเดือนปีที่จัดหลักสูตร

แบบลงรหัสที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นนั้นนำไปตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาร่วมกัน 3 คน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Congruence: IOC)

วิธีการเก็บข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองโดยการวิเคราะห์เนื้อหาของหลักสูตรการตลาดออนไลน์ในต่างประเทศช่วงทศวรรษที่ผ่านมา จำนวน 35 หลักสูตร โดยบันทึกข้อมูลลงในแบบลงรหัส และรวบรวมข้อมูลความถี่เกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดลงในตารางสรุปซึ่งประกอบด้วยข้อมูล ได้แก่ 1) ชื่อหลักสูตร 2) คำสำคัญ และ 3) ส่วนประสมทางการตลาด (7P) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าความถี่ (frequency counts) เพื่อศึกษาจุดเน้นของหลักสูตรการตลาดออนไลน์ในปัจจุบัน

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาของหลักสูตรการตลาดออนไลน์ในต่างประเทศช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โดยพิจารณาตามกรอบส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 (7P) ผลปรากฏดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แผนผังวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดของหลักสูตรการตลาด

ที่	ชื่อหลักสูตร	คำสำคัญ	Marketing Mix						
			P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
1	Introduction to Marketing	Branding, Customer Centricity, Marketing Strategy	•	•	•	•	•	•	•
2	The strategy of Content Marketing	Content Marketing, Marketing Strategy					•	•	
3	Marketing strategy Specialization	Marketing Strategy, Marketing Research, Targeting, Positioning						•	
4	International B2B (Business to Business) Marketing	Marketing Strategy			•			•	
5	Marketing Fundamental: Who your customer?	Marketing Mix, Targeting, Positioning	•				•		
6	Marketing Operation	Segmentation, Targeting, Positioning, Promotion				•	•		
7	Intro to International Marketing	Global Marketing, Branding, Marketing Strategy	•					•	
8	Marketing Customer needs and Wants	Pricing, Channel Decisions, Marketing Communication, Marketing Strategy	•	•			•	•	
9	Global Marketing: Building Iconic Brands	Global Marketing, Planning, Marketing Strategy	•				•	•	
10	Sport Marketing	Marketing Strategy, Pricing, Sponsorship, Event	•	•	•	•	•	•	
11	Marketing Analytics Foundation	Data Analysis, Digital Marketing, Marketing Analysis					•	•	
12	Marketing Analytics	Data Analysis, Marketing Analysis						•	
13	Brand Management: Aligning	Branding	•					•	
14	International Hospitality & Healthcare Service Marketing	Pricing, Service Marketing					•	•	
15	An Introduction to Consumer Neuroscience & Neuromarketing	Consumer Behavior, Neuromarketing					•	•	
16	Social Media Marketing Specialization	Planning, Influencer Marketing, Social Marketing, Social Media				•			•
17	Marketing Mix Implementation Specialization	Pricing, Marketing Communication, Product, Branding, Engagement	•	•			•		
18	Retail Marketing Strategy	Product, Customer, Marketing Strategy	•				•		
19	Meta Social Media Marketing Capstone	Meta Advertising , Social Media, Marketing Strategy					•		
20	Storytelling in Branding and Content Marketing	Branding, Content Marketing, Storytelling	•				•		

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ที่	ชื่อหลักสูตร	คำสำคัญ	Marketing Mix							
			P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	
21	Digital Consumer Search and Marketing Specialization	Search Engine Marketing, Digital Marketing, Marketing Strategy, Content Marketing						•	•	•
22	AI Application in Marketing and Finance	Fraud Prevention, Credit Risks, Machine Learning						•	•	
23	Marketing in Digital World	Digital Marketing, Marketing Strategy, Pricing, Product, Marketing Mix	•	•				•	•	
24	Search Engine Optimization (SEO) Specialization	Search Algorithm, Semantics, Keyword Research, Search Engine Marketing						•	•	
25	Foundation of Marketing Practice for Non-Majors	Marketing Analysis, Marketing Strategy, Marketing Mix, Marketing Segregations							•	
26	Viral Marketing and How to craft contagious Content	Social Network, Viral Marketing						•	•	•
27	Introduction to Personal Branding	Branding, Personal Branding, Brand Management	•							
28	Marketing Mix Fundamentals	Product, Retailing	•	•					•	•
29	Pricing Strategy	Pricing, Psychology		•				•	•	
30	Mobile Marketing, Optimization Tactics, and Analytics	Mobile Marketing, Marketing Analysis, Mathematical Optimization		•				•		
31	The Marketing Plan.	Planning, Marketing Analysis, Marketing strategy							•	
32	Integrated Marketing Communication	Advertising, Integrated, Marketing Communication						•	•	
33	E-Marketing Specialization	Mobile Marketing, e-Commerce, Marketing Analysis						•	•	
34	Customer Analytics	Predictive Analytics, Customer Analytics, Regression Analytics, Marketing Analysis						•		•
35	Fundamentals of Technology sales	Technology, Selling, Sales Strategy, Marketing Strategy						•		•
รวม (F)			13	9	5	6	27	25	13	

หมายเหตุ: P1=Product, P2=Price, P3=Place, P4=Promotion, P5=People, P6=Process, P7=Physical Evidence

หลักสูตรทั้งหมด 35 หลักสูตร พบว่า หลักสูตรการตลาดออนไลน์ในทศวรรษที่ผ่านมาให้ความสำคัญกับคนมากที่สุด (f=27) รองลงมาได้แก่กระบวนการ (f=25) ผลิตภัณฑ์ และกายภาพ (f=13 เท่ากัน) เมื่อดู

พิจารณาจากคำสำคัญเหล่านี้แล้วพบว่า เป็นกลยุทธ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้สอดคล้องกับนักการศึกษาที่ได้สรุปทิศทางการตลาดในโลกยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการตลาดดิจิทัล (digital marketing) การตลาดที่เน้นคอนเทนต์เป็นสื่อกลาง (content marketing) ที่สอดคล้องกับแนวโน้มการตลาดที่สัมพันธ์กับโลกดิจิทัล (Khayat, 2022) ซึ่งเกิดจากพฤติกรรมความนิยมใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของผู้บริโภคในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1. นักการศึกษาด้านการตลาดสามารถนำแนวโน้มและประเด็นในการตลาดที่พบจากการวิจัยไปใช้ในการออกแบบหลักสูตรทางการตลาดยุคใหม่ที่เน้นการพัฒนาคน กระบวนการทางการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์รวมถึงทางด้านกายภาพ

2. สถาบันการศึกษาที่จัดการศึกษาด้านการตลาดควรพัฒนาหลักสูตรที่สัมพันธ์กับทิศทางของโลกยุคดิจิทัล เช่น การตลาดดิจิทัล การตลาดที่ใช้คอนเทนต์ในการสื่อสารการตลาด ทั้งนี้ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาหลักสูตรการตลาดในโลกยุคใหม่ ที่สามารถนำไปใช้สำหรับกลุ่มผู้เรียนที่มีความต้องการหลากหลาย โดยอาจเป็นหลักสูตรออนไลน์ที่จัดโดยหน่วยงานของรัฐหรือสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เพื่อให้บริการกลุ่มผู้เรียนได้อย่างกว้างขวาง

2. นักการตลาดทำวิจัยในประเด็นสำคัญที่พบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ซึ่งอาจจำเป็นต้องบูรณาการกับศาสตร์อื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ศาสตร์ด้านการวิเคราะห์ข้อมูล ที่นับวันยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้นในวิทยาการด้านการตลาด

เอกสารอ้างอิง

กฤษณ์กรวิชญ์ จันทพันธ์สกุล. (2560). ปัจจัยการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ของผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธนบุรีกรุงเทพ.

กิตติชัย สุชาติโนบล. (2562). หลักสูตรและการเรียนรู้แบบดิจิทัล. วารสารวิชาการศึกษาศาสตร์, 20(1), 200-211.

ปัญญาพัฒน์ ประสิทธิ์เดชสกุล. (2563). พลิกโฉมธุรกิจหลังวิกฤตโควิด-19. สืบค้นเมื่อ 4 ตุลาคม 2563 จาก <https://www.krungsri.com>

- สุธิดา เสถียรมาศ. (2555). การศึกษาอิทธิพลของกลยุทธ์ในการดำเนินงาน บุคลากรเป็นผู้ประกอบการ และ การให้ความสำคัญในหน้าที่ทางธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ SMEs. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร, เพชรบุรี.
- สุวิทย์ เมษินทรีย์. (2556). *โลกเปลี่ยน ไทยปรับ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2561). *แผนอุดมศึกษาระยะยาว 20 ปี พ.ศ. 2561 – 2580*. กรุงเทพฯ: พริกหวานกราฟฟิค.
- สำนักงานมาตรฐานการศึกษาและพัฒนาระบบการเรียนรู้. (2562). *มาตรฐานการศึกษาของชาติ พ.ศ. 2561*. นนทบุรี: บริษัท 21 เซนจูรี จำกัด.
- Alibak, M., Talebi, H., & Neshatdoost, H. (2019). Development and Validation of a Test Anxiety Inventory for Online Learning Students. *Journal of Educators Online*, 16(2), 10-25
- Belarmino, J.A., Bahle-Lampe, A.A. (2019). Preliminary Historical Report on Embracing Online Education in Occupational Therapy. *Open Journal of Occupational Therapy*, 7(3), 1-10.
- Care, E. (2018). Twenty-first century skills: From theory to action. In Care, E., Griffin, P., & Wilson, M. (Eds.), *Assessment and Teaching of 21st Century Skills* (pp. 3-17). Springer Cham.
- Graham et al., (2021). COVID-19 and the violence against women and girl "The Shadow Pandemic". *International Journal of Social Psychiatry*, 67(8), 1-3.
- Haugen, K., & Metcalf, L.K. (2018). Getting Started: Putting Courses Online. *Radiologic Technology Journal*, 90(2), 187-191.
- Hill, B. (2020). Coronavirus: origins, signs, prevention and management of patients. *British Journal of Nursing*, 29(7): 399-402.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing*. 15th ed. Essex, England: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. 15th ed. New Jersey: Pearson Education.
- Narine, L., & Meier, C. (2020). Responding in a time of crisis: Assessing extension efforts during COVID-19. *Advancements in Agricultural Development*, 1(2): 12-23.
- Picciano, A.G. (2017). Theories and Frameworks for Online Education: Seeking an Integrated Model. *Online Learning*, 21(3), 166–190.
- Rao, B.J. (2019). Innovative Teaching Pedagogy in Nursing Education. *International Journal of Nursing Education*, 11(4), 176–180.

- Sadykova, G., & Meskill, C. (2019). Interculturality in Online Learning: Instructor and Student Accommodations. *Online Learning Journal*, 23(1), 5-21.
- Shaban, W., & Bayrak, C. (2020). Students Online Learning Measurement System Based On Estimated Time. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*, 11(1), 283-294.

ปัจจัยสำคัญทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิผลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด
ย่อม (SMEs) ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร
The Effective Factors of Human Resource Management for Small and Medium Enterprises
(SMEs) in Bangkokyai District, Bangkok Metropolitan

บุญसान ฤทธิ์ก¹ จุฑา รัศมียุงทอง² และ พิสิษฐ์ วงศ์รัตนศิลป์³

Boonsan Tharathuke Chutha Russameeyungthong and Pisit Wongsaruttanasil

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร 2) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร มีขั้นตอนและเครื่องมือที่ใช้ของการวิจัยดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างแบบสอบถามโดยการตรวจสอบความตรง (validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน และใช้สำรวจกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มพนักงาน รวมกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ของการวิจัย คือค่าสถิติที่ใช้ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) และการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) และขั้นตอนที่ 2 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยนำข้อมูลที่ได้ไปสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 15 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มผู้บริหารมีความคิดเห็นต่อสภาพและปัญหาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 9 ด้าน (HRM) อยู่ในระดับมาก และกลุ่มพนักงานมีความคิดเห็นต่อสภาพและปัญหาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 9 ด้าน (HRM) อยู่ในระดับ ปานกลาง 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิผล (HRM Effectiveness) พบว่า มีปัจจัยสำคัญจำนวน 20 ปัจจัย และ 3) รูปแบบการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิผลเป็นตามแนวคิด HRMSC Model ใน 4 มุมมองสำคัญ คือ 1) มุมมองการเงินทาง HRMFP 2) มุมมองลูกค้าทาง HRMCP 3) มุมมองกระบวนการและพนักงานทาง HRMPP และ 4) มุมมองการเรียนรู้และการพัฒนาทาง HRMLGP

คำสำคัญ: การจัดการทรัพยากรมนุษย์; ประสิทธิภาพ; วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

Abstract

This study is mixed methods research between Quantitative research and Qualitative research and aims to investigate the state and problems of human resource management of small and Medium Enterprises (SMEs) in Bangkokyai District, Bangkok Metropolitan 2) analyze the factors affecting the effectiveness of human resource management of small and Medium Enterprises (SMEs) in Bangkokyai District, Bangkok Metropolitan The following procedures and tools are used in the research:

The first step is quantitative research by studying documents and related research to create a questionnaire reviewed by 5 experts for validity and conduct a survey among the whole sample. 3 groups, consisting of the management group and the staff group, including a sample group of 400 people, used statistics in the research. The statistical values used were frequency, percentage, standard deviation, multiple regression analysis, and factor analysis. The second step was qualitative research. The obtained information was asked through interviews with 15 qualified people. The results showed that 1) the group of managers had their opinion about the state and problems of human resource management in all 9 aspects (HRM) at a high level. Moreover, the group of employees had their opinion about the condition and problems of human resource management in all 9 aspects (HRM) at a medium level. 2) Factors affecting effective human resource management (HRM Effectiveness) revealed 20 essential factors. 3) effective human resource management model based on the HRMSC model in four key aspects: 1) financial perspective on HRMFP, 2) customer perspective on HRMCP, 3) process and employee perspective on HRMPP, and 4) perspective. HRMLGP's perspective on learning and development.

Key words: Human Resource Management: Effectiveness: Small and Medium Enterprises

ความเป็นมาและความสำคัญ

ระบบบริหารสมัยใหม่ มีนวัตกรรมต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงทั้งในเชิงการพัฒนาบุคคล การพัฒนาอาชีพในองค์กร การบริหารผลการปฏิบัติงาน ตามกระบวนการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งหลายองค์การได้มีการปรับปรุงระบบภายใน องค์การเสมอไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างภายในองค์กร การเสริมสร้างระบบหน่วยงานย่อยขององค์กรให้แข็งแกร่ง และปรับเปลี่ยนหน่วยงานที่ยังมีจุดอ่อน เพื่อให้องค์กรสามารถยืนอยู่ได้ด้วยตนเอง โดยพึ่งพารัฐบาล น้อยลง ดังนั้นการจัดระบบบริหารสมัยใหม่ของหน่วยงาน พร้อมทั้งจัดกระบวนการพัฒนาทรัพยากรบุคคล ภายในองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในองค์กรให้มีความสามารถที่จำเป็นและเหมาะสมในด้านความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจ (Understanding) ทักษะ (Skill) และทัศนคติ (Attitude) สามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Behavior) ของบุคลากรให้มีความรู้ที่เพิ่มขึ้นจนเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาองค์กรสู่ความสำเร็จที่ยั่งยืน ดังนั้นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ที่บริหารสมัยใหม่จัดกลุ่มของบุคคลที่มาทำงานร่วมกันด้วยโครงสร้างองค์การและการประสานงาน เป็นหลักการที่มีความชัดเจน โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการเดียวกันคือเพื่อความสำเร็จขององค์กร ตามที่กำหนดเป้าหมายไว้ (Griffin, 1999) ซึ่งจะต้องใช้ทรัพยากรภายใน จากสภาพแวดล้อมขององค์กรที่ประกอบด้วยคน (Man) เงิน (Money) วัสดุ (Material) เครื่องจักร (Machine) วิธีการ (Method) และ หลักการบริหาร (Management) หรือเรียกกันว่า 6M's ซึ่งหลักการบริหาร (Management) นี้คือ กระบวนการของหน้าที่ที่จะกำหนดทิศทางในการใช้ทรัพยากรทั้งหลายให้เกิดมีประสิทธิภาพและ ประสิทธิภาพสูงสุดโดยให้บรรลุ ถึงวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร ซึ่งการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient) นี้เป็นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรได้อย่างเฉลียวฉลาดและคุ้มค่า (Cost-effective)

ดังนั้นการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในองค์กรให้ได้ประโยชน์สูงสุด ซึ่งจะกล่าวได้ว่าทรัพยากรพื้นฐานที่มีความสำคัญในการจัดการองค์กรที่ดี ซึ่งองค์กรจึงจำเป็นต้องอาศัยศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ที่เหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์นี้เป็นกระบวนการที่จะเสริมสร้างศักยภาพ และสมรรถนะของบุคลากรให้กับองค์กรได้อย่างเป็นระบบนั่นเอง จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษา ถึงการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของนักวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีหลากหลายประเภทธุรกิจ ประกอบด้วย ธุรกิจการผลิต (Manufacturing) ธุรกิจค้าส่ง (Wholesaling) ธุรกิจค้าปลีก (Retailing) ธุรกิจบริการ (Service) สามารถนำผลที่ได้ไปปรับใช้เป็นแนวทางในการจัดการทรัพยากรมนุษย์

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อประสิทธิผลของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อนำปัจจัยสำคัญทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิผลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร

แนวคิดทฤษฎี ทบทวนวรรณกรรม

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) หรือ HRM เดิมใช้คำว่า การบริหารงานบุคคล (Personnel Management) หรือ PM ซึ่งเป็นความหมายที่แคบกว่า โดยมองการบริหารบุคคลเป็นแบบศูนย์รวมอำนาจทั้งองค์กร ที่เกี่ยวกับกิจกรรม โปรแกรมและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการรับคนเข้าทำงาน การดูแลรักษาคนทำงาน และการให้คนงานออกจากงาน รวมทั้งการเก็บประวัติของคนงาน ลักษณะของศูนย์รวมงานส่วนใหญ่ของการบริหารงานบุคคลจึงเป็นงานบริการและงานธุรการ ต่อมาคำว่า “การจัดการทรัพยากรมนุษย์” ได้รับความนิยมนำมาใช้ เนื่องจากมีการให้ความสำคัญว่า มนุษย์เป็นทรัพยากรที่มีคุณค่า ไม่สามารถใช้เครื่องมือเครื่องจักรใดมาทดแทนได้ มนุษย์จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่นำองค์กรไปสู่ความสำเร็จ เนื่องจากมนุษย์มีสมอง มีความรู้สึก และมีจิตวิญญาณ

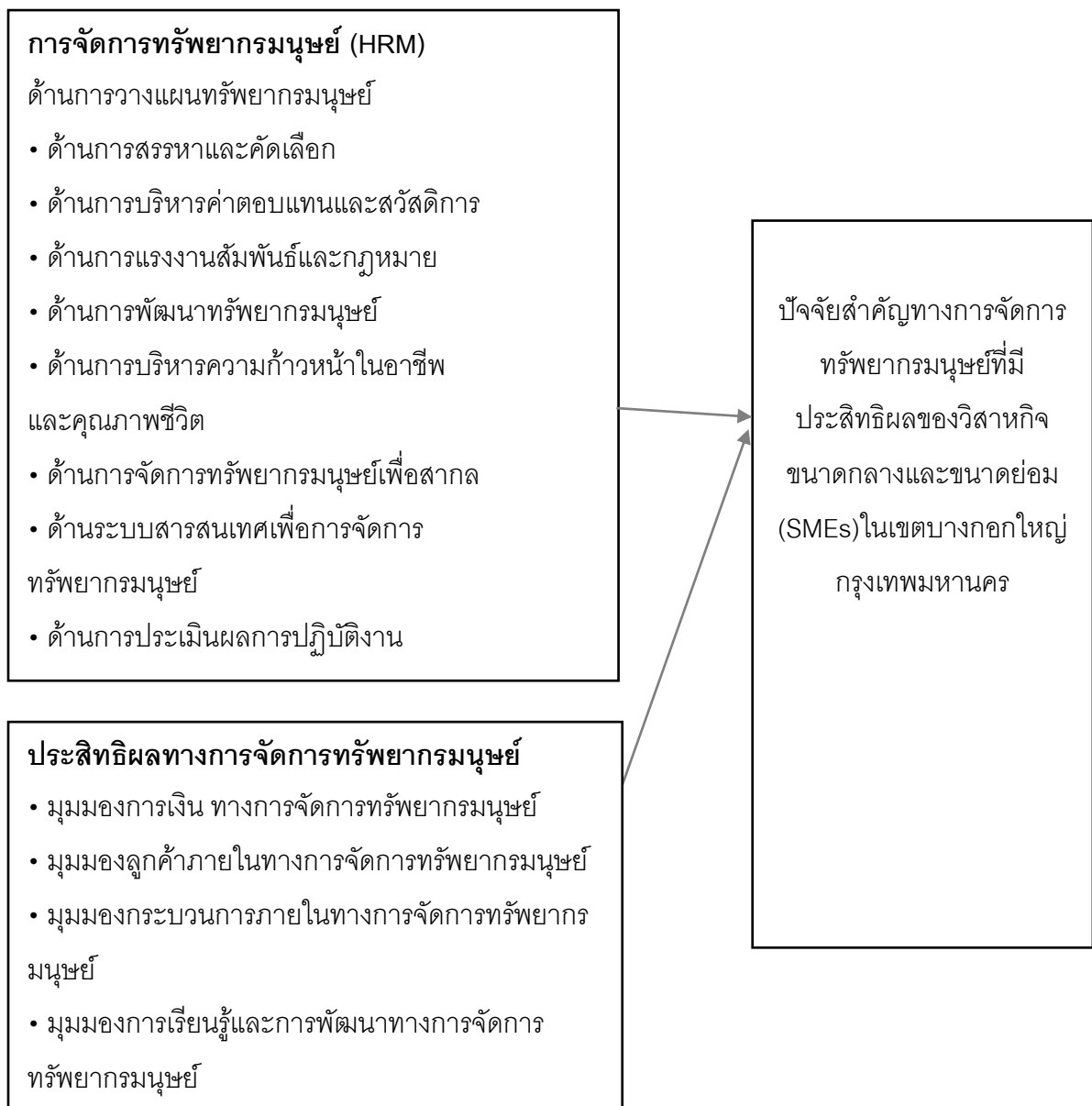
ดังนั้นการจัดการทรัพยากรมนุษย์ จึงมีความแตกต่างจากทรัพยากรอื่นๆ และควรให้ความสำคัญกับสิทธิเสรีภาพ ความยุติธรรม ความปลอดภัย และคุณภาพชีวิตด้วย โดยเป้าหมายจะเน้นที่การสร้างคุณค่าเพิ่มขึ้น การใช้ศักยภาพของมนุษย์ที่จะทำให้องค์กรบรรลุวัตถุประสงค์ มีความมั่นคง มั่งคั่ง และอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขแล้วยังมีกระบวนการหรือสภาพจัดการทรัพยากรมนุษย์โดยมีการดำเนินการตั้งแต่การได้คนเข้ามาทำงานในองค์กร การดูแลรักษาให้คนทำงานในองค์กรได้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด และการดูแลการออกจากงาน โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถสรุปสภาพหรือกระบวนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ได้ 9 1) ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ (HRMP: HRM Planning) 2) ด้านการสรรหาและการคัดเลือก (HRMRS: HRM Recruitment and Selection) 3) ด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ (HRMCB: HRM Compensation and Benefits) 4) ด้านการแรงงานสัมพันธ์และกฎหมาย (HRMERL: HRM Employee Relations and Law) 5) ด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ (HRMD: HRM Development) 6) ด้านการบริหารความก้าวหน้าในอาชีพและคุณภาพชีวิต (HRMCQ: HRM Career Path and Quality) 7) ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อสากล (HRMG: HRM Global) 8) ด้านระบบ

สารสนเทศเพื่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์(HRMIS:HRM Information System) และ 9) ด้านการบริหารผลการปฏิบัติงาน (HRMPM:HRM Performance Management)

การจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิผล (HRM Effectiveness) ได้พัฒนามาจากแนวคิดตัวแบบการประเมินแบบสมดุล หรือ Balance Scorecard ของโรเบิร์ต แคปแลน และเดวิด นอร์ตัน (Robert Kaplan and David Norton, 1996) ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นเครื่องมือที่ถูกนำมาใช้ในการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งครอบคลุมทุกมิติที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารงานภายในองค์กร ประกอบด้วย 1) มุมมองด้านการเงิน (Financial Perspective) 2) มุมมองด้านลูกค้า (Customer Perspective) 3) มุมมองด้านกระบวนการภายใน (Internal Process Perspective) 4) มุมมองด้านการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning and Growth Perspective) ในด้านทรัพยากรองค์กรได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และในปัจจุบันองค์กรสมัยใหม่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในสังคมเศรษฐกิจที่เน้นองค์ความรู้(Knowledge Economy) ถือว่าทรัพยากรบุคคลอันเป็นทรัพย์สิน (Asset) ขององค์กร มีสภาพเป็น “ทุนมนุษย์” (Human Capital) ซึ่งมีความสำคัญยิ่งต่อการบริหารและการสร้างคุณค่า (Value Creation) หากองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนมีการประยุกต์ใช้โดยการนำแนวคิดของ Balance Scorecard และแนวคิดของ HR Scorecard มาใช้ในการบริหารการจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้มีประสิทธิผลได้มากขึ้น โดยในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิผลจำนวน 4 มุมมอง ดังนี้ 1) มุมมองการเงินทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HRMFP: Human Resource Management Financial Perspective) 2) มุมมองลูกค้าภายในทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HRMCP:HRM Customer Perspective) 3) มุมมองกระบวนการภายในทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HRMPP: HRM Process Perspective) และ4) มุมมองการเรียนรู้และการพัฒนา ทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HRMLGP:HRM Learning and Growth Perspective)มนุษย์เรียกว่า HR Scorecard ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือทางการบริหารจัดการอย่างหนึ่ง ที่จะช่วยให้คนที่ทำงานด้านทรัพยากรมนุษย์สามารถมองเห็นภาพความสัมพันธ์แผนผังกลยุทธ์ (Strategy Map) ในการสร้างมูลค่าให้กับองค์กรได้ชัดเจน และนอกจากนี้ HR Scorecard ยังสามารถกำหนดตัวชี้วัดในระดับต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้น เพราะสามารถตอบได้ว่าตัวชี้วัดใดเป็นตัวชี้วัดผลของการดำเนินกิจกรรมทางด้านทรัพยากรมนุษย์ หรือตัวชี้วัดใดเป็นตัวชี้วัดผลกระทบจากกิจกรรมของงานด้านทรัพยากรมนุษย์ที่มีต่อเป้าหมายขององค์กร โดย HR Scorecard เป็นเครื่องมือจะช่วยให้คนทำงานด้านทรัพยากรมนุษย์สามารถตอบโจทย์ทางธุรกิจหรือองค์กรได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น และในปัจจุบันองค์กรสมัยใหม่ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในสังคมเศรษฐกิจที่เน้นองค์ความรู้(Knowledge Economy) ถือว่าทรัพยากรบุคคลอันเป็นทรัพย์สิน (Asset) ขององค์กร มีสภาพเป็น “ทุนมนุษย์” (Human Capital) ซึ่งมีความสำคัญยิ่งต่อการบริหารและการสร้างคุณค่า (Value Creation) หากองค์กรภาครัฐและภาคเอกชนมีการประยุกต์ใช้โดยการนำแนวคิดของ Balance Scorecard และแนวคิดของ HR Scorecard มาใช้ในการบริหารการจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้มีประสิทธิผลได้มากขึ้น โดย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้สรุปการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิผลจำนวน 4 มุมมอง ดังนี้ 1) มุมมองการเงินทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HRMFP: Human Resource Management Financial Perspective) 2) มุมมองลูกค้าภายในทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HRMCP:HRM Customer Perspective) 3) มุมมองกระบวนการภายในทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HRMPP: HRM Process Perspective) และ 4) มุมมองการเรียนรู้และการพัฒนาทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HRMLGP:HRM Learning and Growth Perspective

จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถสรุปกรอบแนวคิดในการศึกษานี้โดยใช้แนวคิดเกี่ยวกับ ปัจจัยสำคัญทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิผล โดยมีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย (Robert Kaplan and David Norton, 1996)

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีการดำเนินการวิจัย 2 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรายละเอียดดังนี้

1) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 2) สัมภาษณ์ผู้บริหารด้านทรัพยากรมนุษย์ของในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการจัดทำแบบสอบถามการวิจัย 3) จัดทำร่างแบบสอบถามจำนวน 3 ชุด 4) นำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบ 5) นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงและความตรง

ขั้นตอนที่ 2

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มีรายละเอียดดังนี้

นำข้อมูลรูปแบบที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 วิพากษ์เชิงลึกกลุ่มหน่วยงานที่สนับสนุน/ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 15 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ นำผลการแบบสัมภาษณ์เชิงลึกจากหน่วยงานที่สนับสนุนและผู้เชี่ยวชาญเพื่อกำหนดประเด็นสำคัญและกำหนดรูปแบบ (Model) และผู้วิจัยสรุปเป็นรูปแบบ (Model) ที่ผ่านผู้ทรงคุณวุฒิ

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือการวิจัยและใช้เก็บรวบรวมข้อมูล มีดังนี้

1.แบบสอบถามชุดที่ 1 ใช้สำรวจกลุ่มผู้บริหาร เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale)

2.แบบสอบถามชุดที่ 2 ใช้สำรวจกลุ่มพนักงาน มีจำนวน 58 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale)

4.แบบสัมภาษณ์เชิงลึกใช้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อกำหนดประเด็นสำคัญและกำหนด การสร้างและทดสอบเครื่องมือในการวิจัยโดยมีผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ได้ผลการตรวจสอบความตรงของเครื่องมือในการวิจัย (Validity) มีผลค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้องรวมทั้งฉบับคะแนนระหว่าง 0.762-0.874 และมีค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงแบบอัลฟ่า (Alpha-reliability Coefficient) คะแนนระหว่าง 0.765-0.893

ผลการวิจัย

ปัจจัยทำสำคัญทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิผลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์นำไปสังเคราะห์ มีปัจจัยสำคัญ ผู้วิจัยได้นำเอารูปแบบดังกล่าวไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 15 คน วิพากษ์ร่างผลงานวิจัยในขั้นสุดท้ายหลังจากแก้ไขและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ผู้วิจัยได้นำไปเขียนเป็นรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ พบว่า ปัจจัยสำคัญทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิผลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานครตามแนวคิดของ HR Scorecard มีดังนี้

1. มุมมองการเงินทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HRMFP: HRM Financial Perspective)

ข้อค้นพบ ปัจจัยสำคัญด้านการบริหารค่าตอบแทน และสวัสดิการ (HRMCB) มีดังนี้ 1) มีการจัดทำระบบการจ่ายค่าตอบแทนตามหลักความรู้ความสามารถของบุคลากร (Competency based pay) 2) มีการกำหนดนโยบายค่าตอบแทนและรางวัลให้กับบุคลากรที่ชัดเจน 3) มีการให้รางวัลบุคลากรอย่างเท่าเทียมกันกับงานที่มีคุณค่าเท่ากันโดยไม่คำนึงถึง เพศ เชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา หรืออื่นๆ ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการทำงาน 4) มีความยุติธรรมในการจ่ายค่าตอบแทนให้กับบุคลากร ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน (HRMPM) คือ มีการให้รางวัลเมื่อผ่านกระบวนการวัดผลการปฏิบัติงาน

2. มุมมองลูกค้าทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HRMCP: HRM Customer Perspective)

ข้อค้นพบ ปัจจัยสำคัญ ดังนี้ 1) มีบุคลากรที่มีความยิ้ม ยิ้ม เป็นมิตร มารยาทดี พร้อมให้บริการ 2) มีบุคลากรที่มีความมนุษยสัมพันธ์ที่ดี 3) มีบุคลากรที่มีการดูแลความใส่ใจและความปลอดภัยลูกค้า และ 4) มีบุคลากรที่มีความรู้และทักษะในการแนะนำในการให้บริการ และด้านประสิทธิผลทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มีดังนี้ อัตราผลการปฏิบัติงานของบุคลากร และ อัตราค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินการขององค์กร

3. มุมมองกระบวนการและพนักงานทาง การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HRMPP: HRM Process Perspective)

ข้อค้นพบ ปัจจัยสำคัญ ด้านการสรรหาและคัดเลือก (HRMRS) ดังนี้ 1) มีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรโดยจ้างบริษัทภายนอกดำเนินการให้ (Outsource) 2) มีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรมีทำงานเน้นหลักความรู้ ความสามารถที่เหมาะสมกับตำแหน่งงานที่ต้องการโดยยึดหลักคุณธรรม 3) มีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่บุคคลภายนอกสามารถเข้ามา สมัครได้หลายช่องทาง ด้านการแรงงานสัมพันธ์และกฎหมาย (HRMERL) คือ มีช่องทางการสื่อสารจากฝ่ายบริหารไปยังบุคลากรที่หลากหลาย และด้านประสิทธิผลทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HRM Effectiveness) มีดังนี้ 1) ผลสำรวจความพึงพอใจของบุคลากร 2) ความพึงพอใจของบุคลากรด้านค่าตอบแทน และ 3) ระดับความเข้าใจของบุคลากรในเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร

4. มุมมองการเรียนรู้และการพัฒนาทางทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HRMLGP:HRM Learning and Growth Perspective) ข้อค้นพบ ปัจจัยสำคัญ ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ (HRMP) มีการจัดทำแผนปฏิบัติการทรัพยากรมนุษย์ที่สอดคล้องกับการพัฒนาขีดความสามารถขององค์กรและความสามารถของบุคลากรตามแนวคิด Competency ด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์เพื่อสากล (HRMG) มีดังนี้ 1) มีบุคลากรที่มีความสามารถในการทำธุรกิจระหว่างประเทศ 2) มีการจัดทำแผนการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีเพื่อรองรับการทำธุรกิจในประเทศอาเซียน (AEC) 3) มีความเข้าใจและสามารถบริหารจัดการทีมงานที่มาจากหลากหลายวัฒนธรรม 4) มีแรงงานฝีมือเฉพาะทางที่มีทักษะในการผลิตและการให้บริการในระดับสากล และด้านระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HRMIS) มีความเพียงพอของเทคโนโลยีหรือสารสนเทศกับความต้องการของบุคลากรทุกระดับ และตอบสนองในทุกหน้าที่ของหน่วยงาน และด้านประสิทธิผลทางการจัดการทรัพยากรมนุษย์ (HRM Effectiveness) 1) ร้อยละของบุคลากรที่ได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาตามแผนพัฒนาบุคลากร และ 2) ร้อยละของความสำเร็จในกิจกรรมการพัฒนาองค์กร

อภิปรายผลการวิจัย

1. สภาพและปัญหาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า สภาพและปัญหาของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 9 ด้าน (HRM) อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านนี้พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากน้อยไปหามาก 3 ลำดับแรก ได้ดังนี้ 1) ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ (HRMP) 2) ด้านการสรรหาและคัดเลือก (HRMRS) และ 3) ด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ(HRMCB) ตามลำดับ และสภาพและปัญหาของการจัดการทรัพยากรมนุษย์ทั้ง 9 ด้าน (HRM) อยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านนี้พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากน้อยไปหามาก 3 ลำดับแรก ได้ดังนี้ 1) ด้านการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ (HRMP) 2) ด้านการสรรหาและคัดเลือก (HRMRS) และ 3) ด้านการบริหารค่าตอบแทนและสวัสดิการ (HRMCB) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Cieri และ Boudreau (2003) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องตัวชี้วัดประสิทธิผล (Effectiveness) ในงานด้านทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรระดับโลก

2. ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิผลของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตบางกอกใหญ่ กรุงเทพมหานคร (HRM Effectiveness) พบว่า มี ปัจจัยสำคัญ เรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ 1) มีบุคลากรมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดี 2) มีบุคลากรมีการดูแลความใส่ใจและความปลอดภัยลูกค้า 3) มีบุคลากรมีความรู้และทักษะในการแนะนำในการให้บริการ 4) มีบุคลากรมีความยิ้มแย้มเป็นมิตร มารยาทดี พร้อมให้บริการ 5) มีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรโดยจ้างบริษัทภายนอกดำเนินการให้ (Outsource) 6) มีการให้รางวัลบุคลากรอย่างเท่าเทียมกันกับงานที่มี

คุณค่าเท่ากันโดยไม่คำนึงถึงเพศเชื้อชาติ สัญชาติ ศาสนา หรือเงื่อนไขอื่นๆ ที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการทำงาน 7) มีความเข้าใจและสามารถบริหารจัดการทีมงานที่มาจากหลากหลายวัฒนธรรม 8) มีการจัดทำแผนการเคลื่อนย้ายแรงงานอย่างเสรีเพื่อรองรับการทำธุรกิจในอาเซียน 9) บุคลากรที่มีความรู้ และความเข้าใจในธุรกิจระหว่างประเทศ 10) มีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรมีทำงานเน้นหลักความรู้ความสามารถที่เหมาะสมกับตำแหน่งงานที่ต้องการโดยยึดหลัก คุณธรรม 11) มีการนโยบายและกำหนดค่าตอบแทนและรางวัลให้กับบุคลากรที่ชัดเจน 12) มีความยุติธรรมในการจ่ายค่าตอบแทนให้กับบุคลากร 13) มีแรงงานฝีมือเฉพาะทางที่มีทักษะในการผลิตและการให้บริการในระดับสากล 14) มีการจัดทำแผนปฏิบัติการทรัพยากรมนุษย์ที่สอดคล้องกับการพัฒนาขีดความสามารถขององค์กรและความสามารถของบุคลากรตามแนวคิด Competency 15) มีการให้รางวัลเมื่อผ่านกระบวนการวัดผลการปฏิบัติงานให้แก่บุคลากรที่เป็นรางวัลที่เป็นตัวเงิน 16) มีช่องทางสื่อสารจากฝ่ายบริหารไปยังบุคลากรที่หลากหลาย 17) มีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรโดยจ้างบริษัทภายนอกดำเนินการให้ 18) มีการสรรหาและคัดเลือกบุคลากรที่บุคคลภายนอกสามารถเข้ามาสมัครได้หลายช่องทาง 19) มีการจัดทำระบบการจ่ายค่าตอบแทนตามคุณลักษณะของบุคลากร และ 20) มีความเพียงพอของเทคโนโลยีหรือสารสนเทศกับความต้องการของบุคลากรทุกระดับและตอบสนองในทุกหน้าที่ของหน่วยงาน

ข้อเสนอแนะ

ปัจจัยสำคัญในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิผลที่ค้นพบจากการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และบริษัทอื่นๆ สามารถนำผลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีประสิทธิผล โดยเขียนเป็น HRM Scorecard Strategy Map ในรูปแบบ 4 มุมของดังนี้

1) มุมมองการเงินทาง HRMFP (HRM Financial Perspective) เป็นการพิจารณามุมมองธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องพยายามทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจเกิดความมั่นคงสูงสุด โดยสามารถวัดได้จากกำไรหรือเงินปันผลสูงสุด ในขณะที่เดียวกันธุรกิจก็พยายามทำให้ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เองเกิดมูลค่าธุรกิจสูงสุด

2) มุมมองลูกค้าภายนอกทาง HRMCP (HRM Customer Perspective) ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในปัจจุบันต่างมุ่งให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นหลัก เพื่อสนองตอบความพึงพอใจของลูกค้า เนื่องจากธุรกิจสามารถอยู่รอดได้เกิดมาจากลูกค้า ดังนั้นดัชนีชี้วัดที่สำคัญที่จะวัดความสำเร็จของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) คือ การที่ลูกค้ายังคงจงรักภักดีต่อธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันถ้าธุรกิจมีการดำเนินงานภายในที่ไม่ดีอาจจะส่งผลทำให้ลูกค้าขาดความเชื่อมั่น ผลกำไรที่ได้รับในอนาคตอาจลดลงได้

3) มุมมองกระบวนการและพนักงาน/ลูกค้าภายในทาง HRMPP (HRM Process Perspective) เป็นมุมมองว่าการดำเนินงานทุกสิ่งทุกอย่างของธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) คือเพื่อลูกค้า ดังนั้น ธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องปรับเปลี่ยนกระบวนการภายในของธุรกิจเพื่อตอบสนองความคาดหวังของลูกค้า โดยธุรกิจต้องเลือกให้ดีกว่าต้องใช้วิธีอย่างไร เพื่อให้เกิดทุนสูงสุด อย่างก็ตามธุรกิจไม่อาจมุ่งการเปลี่ยนแปลงเพื่อผลกำไร แต่จะมุ่งเพื่อให้เกิดความพอใจในการมาใช้บริการ เรียกว่าการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลมากขึ้นในแง่การให้บริการ

4) มุมมองการเรียนรู้และการพัฒนาทาง HRMLGP (HRM Learning and Growth Perspective) ธุรกิจในปัจจุบันต้องให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และพัฒนาตนเองของพนักงานในองค์กรเป็นประจำ เนื่องจากธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องมีการปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงไปของสภาพแวดล้อม ดังนั้นพนักงานในองค์กรต้องมีการเรียนรู้เพิ่มเติมเพื่อให้ทันเหตุการณ์ที่เปลี่ยนไป

เอกสารอ้างอิง

โชคชัย สุเวชวัฒนกุล. (2552). **การพัฒนาตัวบ่งชี้ทรัพยากรมนุษย์ในองค์กร**. พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพฯ : บริษัท ซี.พี.เซเว่นอีเลฟเว่น จำกัด.

คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. (2556). **การศึกษาการจัดทำตัวชี้วัด ในงานทรัพยากรมนุษย์ HR**

Measurement. กรุงเทพฯ : สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Becker, B. E., Huselid, M. A. and Ulrich, D. (2001). **The HR Scorecard: Linking people, strategy, and performance**. Boston : Harvard Business School Press.

Cieri, H. D. and Boudreau, J. W. (2003). **Global Human Resource Metrics**. (Online)

Available URL:<http://digitalcommons.com> .

Dutch, Japanese, Korean, Polish, Portuguese, and Spanish.Cieri, H. D. and Boudreau,

J. W.(2003). **Global Human Resource Metrics**. [Online]. Available URL :

<http://digitalcommons.ilr.cornell.edu>

Griffin, R. W. (1997). **Management**. 5th ed. Houghton: Mifflin.

----- (1999). **Management**. 6th ed. Boston: Houghton Griffin.

Irmer, B. E. (2004). **Facilitating the Utilisation of HR Metrics The next HR**

measurement challenge. [Online]. Available URL: www.infohrm.com.

Kaplan, R. S. and Norton, D. P. (1996). **Translating Strategy into Action : The**

Balanced Scorecard. Boston : Harvard Business School.

Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities.
Educational and Psychological Measurement.

Lockwood, N. R. (2006). Maximizing Human Capital : Demonstrating HR Value With Key
Performance Indicators. HR Magazine. 51 (September):School Press.

Robert, S. Kaplan and David, P. Norton. (2001). The Strategy-Focused organization.
Boston:Harvard Business School.

การศึกษาระบบ E-Hajj ในกิจการฮัจญ์ของซาอุดีอาระเบียและไทยในช่วงวิกฤตโควิด-19

E-Hajj system under the management of Saudi Arabia and Thailand during Covid-19

ดร. ปริญญา ประหยัดทรัพย์

Dr. Parinya Prayadsap

บทคัดย่อ

รัฐบาลไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญในการเดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์ของชาวไทยมุสลิมที่นครมักกะห์และได้ส่งเสริมกิจการฮัจญ์ด้วยดีตลอดมา เพื่อแสดงถึงความแน่วแน่ของรัฐบาลในการส่งเสริมกิจการฮัจญ์ รัฐบาลจึงได้ตราพระราชบัญญัติส่งเสริมกิจการฮัจญ์ พ.ศ. 2524 โดยมีคณะกรรมการส่งเสริมกิจการฮัจญ์แห่งประเทศไทย เป็นผู้กำหนดระเบียบ ข้อบังคับ เงื่อนไข หรือมาตรการใด ๆ เพื่อเป็นแนวปฏิบัติในอันที่จะให้ความคุ้มครองผู้ประสงค์จะเดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์ให้ได้รับความสะดวก ปลอดภัย และมีหลักประกันในการเดินทาง โดยมีกรมการปกครองทำหน้าที่สำนักเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมกิจการฮัจญ์แห่งประเทศไทย โดยสอดคล้องกับกฎระเบียบ ข้อบังคับ ในการนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องของผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์ทั้งหมด เชื่อมโยงเข้าสู่ระบบอิเล็กทรอนิกส์ E-Hajj ของซาอุดีอาระเบีย เพื่อให้การดำเนินการยื่นขอวีซ่าเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

บทความวิชาการนี้มีเป้าหมายเพื่อศึกษาการดำเนินงานกิจการฮัจญ์ ภายใต้การกำกับดูแลของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย หลังวิกฤตโควิด-19 และวิเคราะห์ความสอดคล้องกับนโยบายกระทรวงฮัจญ์ซาอุดีอาระเบียในการนำระบบ E-Hajj มาใช้ โดยการนำข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์ ผ่านช่องทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ในกิจการฮัจญ์ เรียกว่า "E-Hajj" อันเป็นสารสนเทศประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและทันสมัย เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้แสวงบุญทั่วโลกที่เดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์ ด้วยความสะดวก ปลอดภัย และมีหลักประกันที่สมบูรณ์

ผลการศึกษามีข้อค้นพบว่า ในช่วงระหว่างวิกฤตโควิด-19 กรมการปกครองได้นำระบบการลงทะเบียนออนไลน์มาใช้บริหารจัดการกิจการฮัจญ์ไทยอย่างเต็มรูปแบบ ทำให้เกิดการพัฒนาระดับการดำเนินงานให้ทันสมัยตามแบบสากล ลดขั้นตอนการตกหล่น และสามารถพัฒนาระบบให้สอดคล้องกับระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Hajj) ของซาอุดีอาระเบีย เพื่อช่วยให้การบริหารจัดการของจำนวนผู้แสวงบุญในการแสวงบุญพิธีฮัจญ์ มีความชัดเจน และได้รับวีซ่าในการเดินทางตามกำหนดเวลา

คำสำคัญ : ระบบ E-Hajj, กิจการฮัจญ์, วิกฤตโควิด-19, ภาวะปกติใหม่

Abstract

Thai government concern on Muslim pilgrimage to the holy city of Mecca and supporting Hajj management in order to ensure the government give full support for Hajj management. Thai government issue the law for supporting Hajj management in 1981 by set up Committee for Hajj Management in Thailand to enforce the law and order for protecting pilgrimages, provide facilities, support security, and travel insurance in which the Department of Administrative Affairs working as the secretary of the Committee for Hajj Management in Thailand, and work according to law and order of E-Hajj system of Saudi Arabia for issuing visa.

The article aims to study on Hajj Management under the Department of Administrative Affairs during Covid 19 and considering how can be apply in appropriate to the Hajj policy of Saudi Arabia by adopted E-Hajj system and collected personnel information through electronic Hajj or called "E-Hajj" this is the new technology applied in the new norm and modern in order to facilitate the Muslim pilgrimages around the globe, including support security and full insurance.

The study found that during the crisis of Covid 19 the Department of Administrative Affairs, Thailand adopted the online registration under the guidance of Hajj management, this is the key development and upgrade services which equivalence to international standard, reduce missing register, and improve the system that can apply to the E-Hajj system of Saudi Arabia. This will also be benefited on Hajj management to count the number of pilgrimages and timely received on Hajj visa.

Keyword E-Hajj system, Hajj Management, Crisis of Covid 19, New Normal

บทนำ

ฮัจญ์ เป็นศาสนบัญญัติสำคัญประการหนึ่งของศาสนาอิสลามที่มุสลิมทุกคนต้องปฏิบัติในรูปแบบของหมู่คณะระดับประชาชาติ ในสถานที่เดียวกัน ในเวลาเดียวกัน ซึ่งกำหนดให้มุสลิมทุกคน สำหรับผู้ที่มีความพร้อมในการเดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์ ณ นครมักกะฮ์ ซาอุดีอาระเบีย หนึ่งในชีวิต โดยอยู่บนพื้นฐานและเงื่อนไขหลัก 3 ประการ คือ มีความพร้อมด้านทรัพย์สิน สุขภาพและมีความปลอดภัยในการเดินทาง ในฐานะอัครศาสนิกชนของพระผู้เป็นเจ้า (อัลลอฮ์) ซึ่งจะได้รับเกียรติและการดูแลเป็นพิเศษจากทุกภาคส่วน ให้สามารถเดินทางไปประกอบศาสนกิจในพิธีฮัจญ์ได้อย่างถูกต้องและสมบูรณ์ ซึ่งในแต่ละปี กระทรวงฮัจญ์แห่งซาอุดีอาระเบียได้จัดสรรโควตาให้ชาวไทยที่นับถือศาสนาอิสลามเดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์ จำนวน 13,000 คน และรัฐบาลซาอุดีอาระเบียได้กำหนดระเบียบ แนวปฏิบัติ เพื่อให้มุสลิมจากทั่วโลก

เดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์อย่างเป็นระบบ และเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ได้รับความสะดวกสบาย และได้ประกอบศาสนกิจสมบูรณ์ตามหลักศาสนา (กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, 2552)

การเดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์ของชาวไทยมุสลิมมีมาก่อนสมัยอาณาจักรกรุงศรีอยุธยาเป็นราชธานี โดยเฉพาะอย่างยิ่งประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณตอนใต้ของประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวไทยเชื้อสายมลายูที่นับถือศาสนาอิสลาม ซึ่งจะร่วมเดินทางไปกับบุคคลใกล้เคียง หรือญาติที่เคยผ่านการแสวงบุญพิธีฮัจญ์ หรือเคยพำนักอยู่ในซาอุดีอาระเบียมาก่อนในฐานะผู้นำทาง ซึ่งนิยมเรียกกันว่า “ตะหะห์” ซึ่งจะทำให้หน้าที่ในการรวบรวมบุคคลที่มีความประสงค์จะเดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์ ช่วยดำเนินการทำหนังสือเดินทางและเตรียมเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และนำไปมอบให้แก่ผู้ประกอบการฮัจญ์ เป็นนิติบุคคลที่จดทะเบียนขอใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบการรับจัดบริการขนส่งในกิจการฮัจญ์ เพื่อดำเนินการตามขั้นตอนตั้งแต่การเตรียมตัวก่อนเดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์ จนกระทั่งเดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์ จัดเข้าที่พักอาศัย จัดบริการอาหาร และอื่นๆ จนเสร็จสิ้นพิธีฮัจญ์ และนำคณะเดินทางกลับมายังประเทศไทย โดยผู้ประกอบการฮัจญ์ต้องทำสัญญากับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮัจญ์ในซาอุดีอาระเบีย มีการบันทึกและเซ็นสัญญาระหว่างทั้งสองฝ่ายในเอกสารเท่านั้น โดยไม่มีระบบออนไลน์หรือระบบอิเล็กทรอนิกส์ในกิจการฮัจญ์ของซาอุดีอาระเบีย (E-Hajj) ซึ่งทั้งหมดนี้อยู่ในความรับผิดชอบของผู้ประกอบการฮัจญ์ทั้งสิ้น (กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม , 2560)

เมื่อชาวไทยมุสลิมจำเป็นจะต้องเดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์ ณ ประเทศซาอุดีอาระเบีย ประมาณ 13,000 คนต่อปี ค่าใช้จ่ายประมาณ 250,000 ต่อคน และมีผู้ประกอบการฮัจญ์ในประเทศไทย 114 ราย จึงทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นจะต้องพัฒนารูปแบบการบริหารกิจการฮัจญ์ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายดังกล่าว และระเบียบการบริหารกิจการฮัจญ์ ภายใต้กำกับดูแลของกระทรวงมหาดไทย ด้วยเหตุนี้ การจัดการทางด้านฮัจญ์ จึงถือเป็นกลไกหนึ่งที่สำคัญที่ช่วยดูแลประชาชนมุสลิมไทย เพื่อให้ได้รับการคุ้มครองสิทธิและการบริการจากผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำหน้าที่ขับเคลื่อนงานตามนโยบาย โดยส่งเสริมบทบาทการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนของสังคม โดยสอดคล้องกับการบริหารจัดการกิจการฮัจญ์ของซาอุดีอาระเบียตามวิสัยทัศน์ 2030 คือวิสัยทัศน์ที่จะนำพาซาอุดีอาระเบียไปสู่อนาคตใหม่ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ลดการพึ่งพาน้ำมันและเพิ่มความหลากหลายทางเศรษฐกิจ (กองส่งเสริมองค์การศาสนาอิสลามและกิจการฮัจญ์ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2561)

ความเป็นมาของระบบ E-Hajj

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 รัฐบาลซาอุดีอาระเบียมีการปรับปรุงพัฒนากิจการฮัจญ์ทุกด้าน เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการรองรับผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์จำนวนเพิ่มมากขึ้นในอนาคต ดังนั้นซาอุดีอาระเบีย จึงได้มีการนำระบบ E-Hajj มาใช้ในการออกวีซ่า ซึ่งได้ทดลองใช้ในปี พ.ศ. 2556 โดยกำหนดให้ประเทศที่มีผู้

แสวงบุญดำเนินการในบางเรื่องผ่านระบบดังกล่าว เพื่อเตรียมความพร้อม ก่อนจะมีการเปิดใช้อย่างเป็นทางการในปีถัดมา

ปี พ.ศ. 2557 ซาอุดีอาระเบียได้ประกาศใช้ระบบ E-Hajj อย่างเป็นทางการ ซึ่งในช่วงแรกผู้ประกอบการกิจการฮัจญ์เป็นผู้จัดส่งข้อมูลผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์ผ่านระบบ E-Hajj ของซาอุดีอาระเบียเอง โดยเป็นผู้สแกนหนังสือเดินทางผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์ในสังกัด ด้วยด้วยสแกนหนังสือเดินทาง แทนการบันทึกข้อมูล และจัดส่งข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ให้กับทางการซาอุดีอาระเบีย เพื่อให้ประกอบในการออกวีซ่า (กระทรวงฮัจญ์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย , 2558)

อย่างไรก็ตามระบบ E-Hajj ของซาอุดีอาระเบีย เป็นระบบใหม่ ยังไม่สมบูรณ์ร้อยเปอร์เซ็นต์ ส่งผลให้เกิดปัญหาขัดข้องในทางปฏิบัติกับผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์หลายประเทศ รวมถึงประเทศไทย ข้อขัดข้องที่ค้นพบ อาทิ เครื่องสแกนหนังสือเดินทางไม่สามารถอ่านข้อมูลของหนังสือเดินทางผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์รุ่นเก่าที่พิมพ์ลายนิ้วมือ หรือไม่มีวันที่และเดือนเกิด เมื่อสแกนหนังสือเดินทางแล้ว ไม่มีข้อมูลปรากฏในระบบ E-Hajj สถานทูตซาอุดีอาระเบียจึงไม่สามารถออกวีซ่าได้ ผู้ประกอบการกิจการฮัจญ์บางรายนำส่งหนังสือเดินทางกระชั้นชิด ก่อนออกเดินทาง 1-2 วัน ให้กรมการศาสนาซึ่งขณะนั้นเป็นผู้ดูแลกิจการฮัจญ์อยู่ และผู้ประกอบการฮัจญ์บางรายบันทึกข้อมูลจำนวนผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์ในระบบออนไลน์ เกินจำนวนโควตาในสังกัดของตน ทำให้ข้อมูลจำนวนและรายชื่อผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์ในระบบโดยรวมไม่ตรงกับความเป็นจริงเป็นต้น (กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม , 2559)

เมื่อเกิดข้อขัดข้องดังกล่าว กรมการศาสนาในฐานะผู้ดูแลกิจการฮัจญ์อยู่ในขณะนั้น จึงรับหาทางคลี่คลายปัญหาทันที โดยได้รับความร่วมมือจากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย อาทิ สถานทูตซาอุดีอาระเบียประจำประเทศไทย ได้ขยายเวลาการปิดรับยื่นวีซ่าผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์สำหรับหนังสือเดินทางที่ตกค้าง อันเนื่องมาจากอุปสรรคการอ่านข้อมูลของสถานทูตไม่ปรากฏข้อมูลหนังสือเดินทาง จนกระทั่งแก้ไขปัญหาลเฉพาะหน้าดังกล่าวร่วมกับสถานทูตจนสามารถผ่านไปได้ จึงทำให้สามารถออกวีซ่าได้ (กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม, 2559)

จากที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น ชี้ให้เห็นว่า การที่ซาอุดีอาระเบียได้นำระบบ E-Hajj มาใช้ใน ปี พ.ศ. 2557 อย่างเป็นทางการนั้น ส่งผลให้ทุกประเทศที่มีผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์ ต่างเผชิญกับข้อขัดข้องในระบบออนไลน์ E-Hajj เช่นเดียวกัน ซึ่งหากมองอีกด้านหนึ่ง ปี พ.ศ. 2557 ถือเป็นปีแห่งความท้าทายของการดำเนินงานกิจการฮัจญ์ไทย ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้น เปรียบเสมือนการเรียนรู้ครั้งสำคัญที่คณะกรรมการส่งเสริมกิจการฮัจญ์แห่งประเทศไทยได้นำมาปรับปรุงและวางแผนการบริหารจัดการ โดยเฉพาะการขอยื่นวีซ่า

พิธีฮัจญ์กับภาวะปกติใหม่หลังวิกฤตโควิด-19

ด้วยปัญหาการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในช่วงปี พ.ศ. 2563- 2565 ส่งผลให้รัฐบาลซาอุดีอาระเบีย ต้องบังคับใช้มาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคมที่เข้มงวด โดยจำกัดจำนวนผู้แสวงบุญ

พิธีฮัจญ์จากนอกประเทศเข้าร่วมพิธีเป็นครั้งแรกในรอบเกือบ 90 ปีของประวัติศาสตร์ชาติ จากปกติที่จะมีผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์ชาวมุสลิมจากทั่วทุกมุมโลกไปร่วมพิธีราว 2.5 ล้านคน

มาตรการจำกัดจำนวนผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์ที่เข้าร่วมแสวงบุญพิธีฮัจญ์ในปี พ.ศ. 2563 จำนวน 1,000 คน ในปีพ.ศ. 2564 จำนวน 100,000 คน จาก 160 ประเทศนั้น ถือเป็นความแตกต่างไปจากปีก่อนๆ มาก โดยผู้เข้าร่วมพิธีแบ่งเป็นชาวซาอุดีอาระเบีย 30% และอีก 70% เป็นชาวต่างชาติที่พำนักอยู่ในซาอุดีอาระเบียอยู่แล้ว เนื่องจากก่อนหน้านี้ทางการได้สั่งปิดพรมแดนจากวิกฤตโรคระบาดที่เกิดขึ้น และในปี พ.ศ. 2565 ซาอุดีอาระเบีย อนุญาตให้ผู้แสวงบุญเดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์ได้เป็นจำนวน 1,000,000 คน โดยแบ่งเป็นชาวซาอุดีอาระเบีย 20% และอีก 80% ผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์จากนอกประเทศเข้าร่วมแสวงบุญพิธีฮัจญ์ นอกจากนี้ ทางการซาอุดีอาระเบีย ยังห้ามผู้ที่มีอายุเกิน 65 ปี หรือป่วยเป็นโรคเรื้อรังเข้าร่วมพิธีด้วยเช่นกัน (กองส่งเสริมองค์การศาสนาอิสลามและกิจการฮัจญ์ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2565)

ผลจากการที่ซาอุดีอาระเบียเปิดโอกาสให้ผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์ทั่วโลก เดินทางมาร่วมพิธีฮัจญ์ ในปี พ.ศ. 2563 - 2565 ถือเป็นความท้าทายในการบริหารจัดการผู้แสวงบุญภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ถึงอย่างไรก็ตาม ซาอุดีอาระเบียได้ออกประกาศจำกัดจำนวนผู้แสวงบุญ มีมาตรการที่เข้มงวดในการควบคุมดูแล ทั้งเรื่องการเดินทาง ที่พัก อาหารและการเว้นระยะห่างทางสังคมในการแสวงบุญพิธีฮัจญ์ ซึ่งจากการจำกัดจำนวนผู้แสวงบุญในช่วงเวลาดังกล่าว ทำให้เกิดผลดีในเชิงบวกกับการบริหารจัดการผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์ของซาอุดีอาระเบียในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จ ส่งผลให้ผู้แสวงบุญปลอดภัย สามารถเดินทางมาประกอบพิธีฮัจญ์ตามจำนวนที่ทางการซาอุดีอาระเบียกำหนดไว้

การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ตั้งแต่ช่วงต้นปี 2563 นอกจากจะส่งผลกระทบต่อมวลมนุษยชาติในทุกมิติ การใช้มาตรการล็อกดาวน์ในหลายประเทศ เพื่อยับยั้งการระบาดทำให้ผู้คนไม่สามารถดำเนินชีวิตได้ตามปกติก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนชีวิตความเป็นอยู่อย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน อีกทั้งยังสร้างความเสียหายทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงในวงกว้างด้วย ที่สำคัญ วิกฤตในครั้งนี้ได้ทิ้งร่องรอยหลายอย่างไว้สำหรับโลกใหม่ บางอย่างจะเลือนหายไปกับกาลเวลา ขณะที่การเปลี่ยนแปลงอีกบางอย่างจะไม่กลับมาเหมือนเดิม สิ่งดังกล่าวเรียกว่า “ภาวะปกติใหม่” ซึ่งเกิดจากปัจจัยแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็กระแสสังคม (Megatrends) โครงสร้างพื้นฐาน ความต้องการของผู้บริโภค และวัฏจักรเศรษฐกิจ หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า วิกฤตโรคระบาดครั้งนี้เป็นตัวเร่งให้กระแสต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้วให้เปลี่ยนแปลงเร็วขึ้นนั่นเอง

วิกฤตครั้งนี้ได้สร้างการเปลี่ยนแปลงสำคัญหลายอย่างทั้งในระยะสั้นและระยะยาว จนอาจทำให้ธุรกิจหลายประเภทไม่สามารถแข่งขันหรืออยู่รอดได้หากยังยึดติดกับโมเดลธุรกิจรูปแบบเดิม เพราะในภาวะปกติใหม่ที่มีสภาพการแข่งขันและความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปมาก กลยุทธ์ทางธุรกิจ ในลักษณะเดิม เช่น การทุ่มงบการตลาด การพัฒนาสินค้าและบริการ หรือกระทั่งการลดต้นทุน อาจไม่

สามารถช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดได้ ดังนั้น ภาคธุรกิจจึงต้องเข้าใจบริบทของโลกใหม่เพื่อปรับตัวได้อย่างเหมาะสม ในหลายกรณีธุรกิจจำเป็นต้องสร้างการเปลี่ยนแปลงในลักษณะพลิกโฉม (Transformative) เพื่อเพิ่มศักยภาพของธุรกิจให้มีความโดดเด่นและมีภูมิคุ้มกันต่อการถูกทำลาย (Disrupt) <https://www.krungsri.com/th/research> , สืบค้น 02/11/2565)

การพลิกโฉมธุรกิจเพื่อเผชิญกับภาวะปกติใหม่หลังวิกฤตโควิด-19 นี้มี 5 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ 1) ประเมินสภาพแวดล้อมของโลกใหม่ด้วยความเข้าใจ (Reassess) โดยต้องมองเห็นถึงแรงส่งของการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่มีกำลังแตกต่างกันไป 2) ทบทวนศักยภาพของโมเดลธุรกิจ (Review) โดยคำนึงถึงความเสี่ยงที่ธุรกิจจะถูก Disrupt ในอนาคตด้วย 3) กำหนดทิศทางใหม่ของธุรกิจที่จะมุ่งไปในอนาคต (Redirect) โดยให้ความสำคัญกับการสร้างโมเดลธุรกิจที่เหนือกว่าคู่แข่ง นอกเหนือจากการเพิ่มประสิทธิภาพ การตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ 4) สร้างโมเดลธุรกิจใหม่อยู่เสมอ (Reinvent) โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าที่ตอบโจทย์ของผู้บริโภคและการสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ และ 5) ปฏิรูปโครงสร้างองค์กร กระบวนการ และวัฒนธรรมขององค์กร (Reform) เพื่อสามารถสร้างนวัตกรรมได้อย่างต่อเนื่อง คู่แข่งที่เป็นเลิศที่มีโมเดลธุรกิจเหนือคู่แข่ง (Krungsri, 2565)

การพลิกโฉมระบบ E-Hajj หลังวิกฤตโควิด-19

จากวิกฤตโควิด-19 นี้เอง กระทรวงฮัจญ์ของซาอุดีอาระเบีย ได้ให้ความสำคัญ จึงได้มอบหมายให้องค์กรเอกชนทำหน้าที่ควบคุมดูแลนำข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์ ผ่านช่องทางระบบอิเล็กทรอนิกส์ในกิจการฮัจญ์ทั้งหมด เรียกว่า “E-Hajj” ซึ่งสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ 2030 อันเป็นสารสนเทศประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและทันสมัย เพื่อสนับสนุนให้ผู้แสวงบุญทั่วโลกเดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์ ด้วยความสะดวกปลอดภัย มีหลักประกัน และสมบูรณ์ตามหลักศาสนา ซึ่งการดำเนินงานตามภารกิจของกระทรวงฮัจญ์และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องของซาอุดีอาระเบียกับประเทศต่างๆ ทั่วโลกที่เดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์นั้น จะต้องดำเนินการผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้งสิ้น ได้แก่

1) การลงนามในบันทึกความตกลงการเตรียมการฮัจญ์ ประจำปี พ.ศ. 2565 ระหว่างผู้แทนฮัจญ์ของประเทศไทยกับกระทรวงฮัจญ์และอุมเราะห์ของซาอุดีอาระเบีย ที่จัดทำขึ้นโดยผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ต่อกัน และมีความประสงค์ที่จะบริการกิจการฮัจญ์ให้กับผู้แสวงบุญเพื่อแสวงบุญพิธีฮัจญ์ ภายใต้ระเบียบและกฎหมายกำหนดของซาอุดีอาระเบีย โดยสรุป ดังนี้

- ด้านภารกิจหน้าที่ มีข้อกำหนดของซาอุดีอาระเบียจัดประชุมหนึ่งครั้งก่อนช่วงเทศกาลฮัจญ์เพื่อสร้างความเข้าใจต่อกันและประชุมหารือกับฝ่ายไทย เกี่ยวกับข้อสรุป และข้อเสนอแนะต่างๆ ที่ได้รวบรวมมาจากผู้แสวงบุญที่เดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์ในปีที่ผ่านมา และหารือแผนการปฏิบัติงานสำหรับกิจการฮัจญ์ในปีถัดไป

- จำนวนผู้แสวงบุญพิธีฮัจย์ ซาอูดิอาระเบียกำหนดโควตาผู้แสวงบุญพิธีฮัจย์ โดยคำนวณจากจำนวนผู้แสวงบุญ 1,000 คน ต่อจำนวนประชากรมุสลิมในประเทศ 1 ล้านคน ภายใต้การกำกับดูแลของสำนักงานกิจการฮัจย์แห่งประเทศไทย ในฐานะผู้แทนที่เป็นทางการในด้านกิจการฮัจย์ โดยดำเนินการลงทะเบียนสำหรับผู้ประสงค์ที่จะเดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจย์ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยเชื่อมโยงกับระบบ E-Hajj ของซาอูดิอาระเบีย

2) การดำเนินการจัดเข้าที่พักและการจัดบริการอาหารสำหรับผู้แสวงบุญพิธีฮัจย์ คณะกรรมการส่งเสริมกิจการฮัจย์แห่งประเทศไทย ได้มอบหมายให้คณะกรรมการอำนวยความสะดวกเข้าที่พักและการจัดบริการอาหารสำหรับผู้แสวงบุญพิธีฮัจย์ เพื่อดำเนินการจัดเข้าที่พัก จัดบริการอาหาร และสำรวจข้อมูลความเหมาะสมของอาคารที่พักของผู้แสวงบุญ โดยผ่านตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดของฝ่ายไทยและซาอูดิอาระเบีย หลังจากนั้นผู้ประกอบการฮัจย์ที่เสร็จสิ้นจากจัดเข้าที่พักและการจัดบริการอาหารแล้ว จะต้องชำระค่าเข้าที่พักและค่าอาหารผ่านระบบออนไลน์ของกองส่งเสริมองค์การศาสนาอิสลามและกิจการฮัจย์ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย เพื่อดำเนินการทำสัญญาเช่าที่พักและบริการอาหารในระบบออนไลน์ของซาอูดิอาระเบีย (E-Hajj) ในขั้นตอนสุดท้าย

3) การยื่นขอตรวจลงตราสำหรับผู้แสวงบุญพิธีฮัจย์ ณ สถานทูตซาอูดิอาระเบียประจำประเทศไทย ผู้ประกอบการฮัจย์ส่งหนังสือเดินทางผู้ไปแสวงบุญพิธีฮัจย์ให้สำนักเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมกิจการฮัจย์แห่งประเทศไทย ดำเนินการตรวจสอบและบันทึกข้อมูลในระบบออนไลน์ เพื่อยื่นขอตรวจลงตรา

จากความสำเร็จในการบริหารกิจการฮัจย์ของซาอูดิอาระเบียในการนำระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Hajj) มาใช้เต็มรูปแบบนั้น สามารถออกวีซ่าได้ครบตามโควตาแต่ละประเทศ โดยเฉพาะประเทศไทยได้ตอบสนองกระทรวงฮัจย์ของซาอูดิอาระเบียในการนำระบบดังกล่าวมาใช้ ทำให้ผู้แสวงบุญพิธีฮัจย์ทุกคนที่ลงทะเบียนในระบบออนไลน์ของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ได้รับวีซ่าครบจำนวน ด้วยเหตุนี้ คณะกรรมการส่งเสริมกิจการฮัจย์แห่งประเทศไทย ได้วางนโยบายเชิงรุกอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งพัฒนาการบริหารจัดการวีซ่าให้ดียิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มความมั่นใจในการเดินทางให้แก่พี่น้องชาวไทยมุสลิม กรมการปกครองในฐานะสำนักเลขาธิการคณะกรรมการส่งเสริมกิจการฮัจย์แห่งประเทศไทยจึงได้เตรียมความพร้อมด้านวีซ่าผู้แสวงบุญของเทศกาลฮัจย์ในทุกๆปี ตั้งแต่ต้นปี เช่นการประชุมหารือร่วมกับสถานทูตซาอูดิอาระเบียประจำประเทศไทย เพื่อวางแผนการดำเนินงานที่เหมาะสมกับสถานการณ์ สอดคล้องกับนโยบายด้านกิจการฮัจย์ของทางการซาอูดิอาระเบีย การชี้แจง ทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการฮัจย์ พร้อมขอความร่วมมือดำเนินงานเรื่องที่เกี่ยวข้องตามกรอบเวลาของระบบออนไลน์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Hajj) ของซาอูดิอาระเบีย การจัดส่งคณะกรรมการ ติดตาม ประสานงาน แก้ไขปัญหาเกี่ยวกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของทางการซาอูดิอาระเบีย กรณีเกิดเหตุขัดข้องในระหว่างการเดินทางผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Hajj) (กองส่งเสริมองค์การศาสนาอิสลามและกิจการฮัจย์ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2565)

จากแผนการดำเนินกิจการฮัจญ์ของกรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย ในเชิงยุทธศาสตร์ผนวกกับการขับเคลื่อนงานเชิงรุกของภาครัฐ โดยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน นับตั้งแต่กิจการฮัจญ์ได้มาอยู่ในสังกัด ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 จนกระทั่งปัจจุบัน ได้นำไปสู่ผลงานที่ประทับใจแก่ผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์ คือการออกวีซ่าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Hajj) ได้ครบตามจำนวนผู้เดินทางที่ลงทะเบียนไว้กับกรมการปกครอง นับเป็นหนึ่งในประเทศต้นๆ จนได้รับเสียงสะท้อนจากฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศไทยและประเทศซาอุดีอาระเบีย

สำหรับค่าใช้จ่ายที่ฝ่ายซาอุดีอาระเบียเรียกเก็บเป็นค่าบริการต่างๆ ในการประกอบพิธีฮัจญ์ โดยผ่านระบบ E-Hajj เพื่อยื่นขอ VISA มีรายการดังต่อไปนี้

1. ค่าประกันกระทรวงฮัจญ์ (Hajj Mission Warrantry)
2. ค่าบริการอาหารและที่พักช่วงการแสวงบุญพิธีฮัจญ์
3. ค่าบริการพื้นฐาน ค่าธรรมเนียมบริการหน่วยงานต่างๆ
4. ค่าบริการรถยนต์ตลอดการแสวงบุญพิธีฮัจญ์
5. ค่าธรรมเนียม VISA HAJJ
6. ค่าอาหารช่วงการพำนัก ณ เมืองมักกะฮ์ และเมืองมะดีนะฮ์
7. ค่าประกันสุขภาพของผู้ไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์
8. ประกันภัยโควิด-19 เนื่องจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ซาอุดีอาระเบียให้ความสำคัญอย่างยิ่งยวดในการป้องกันและดูแลความปลอดภัยให้แก่ผู้แสวงบุญอย่างเท่าเทียมกัน โดยกำหนดค่าประกันภัยโควิด-19 สำหรับผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์ต่างชาติ เป็นจำนวนเงินคนละ 28.75 ريالซาอุดี (287.50 บาท)

จากการประชุมเตรียมการฮัจญ์ประจำปี พ.ศ. 2565 ของคณะผู้แทนฮัจญ์ของประเทศไทยกับซาอุดีอาระเบีย ได้รับทราบถึงแนวทางปฏิบัติในกิจการฮัจญ์หลังวิกฤตโควิด-19 โดยเฉพาะอย่างยิ่งเกี่ยวกับการนำระบบออนไลน์ของซาอุดีอาระเบีย (E-Hajj) มาปรับใช้ทุกช่องทางและทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮัจญ์อย่างเต็มรูปแบบ ทั้งนี้เพื่อเป็นหลักประกันความมั่นคงให้แก่ผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์ในการได้รับการบริการดูแลจากผู้ประกอบการอย่างมีคุณภาพ รวมถึงระเบียบประกันภัยทั่วไปและประกันภัยโควิด-19 สำหรับผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์ทุกคนที่เป็นหลักประกันความปลอดภัย ลดภาวะความเสี่ยงด้านสุขภาพเป็นสำคัญ (กองส่งเสริมองค์การศาสนาอิสลามและกิจการฮัจญ์ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2565)

การบริหารจัดการวีซ่าสำหรับผู้แสวงบุญผ่านระบบ E-Hajj

วีซ่าผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์จัดเป็นเรื่องสำคัญและได้รับความสนใจจากพี่น้องมุสลิมเป็นจำนวนมาก ซึ่งเดิมนั้นผู้ประกอบการฮัจญ์จะเป็นผู้ดำเนินการยื่นขอวีซ่าต่อทางสถานทูตซาอุดีอาระเบียโดยตรง แต่

ทางการตรวจพบว่า มีการยื่นเอกสารผู้แสวงบุญบางส่วนไม่ตรงกับข้อมูลผู้เดินทางจริง ดังนั้นเพื่อเป็นการป้องกันปัญหาดังกล่าว สถานทูตซาอุดีอาระเบียประจำประเทศไทย จึงกำหนดให้กรมการปกครองประสานโดยตรงกับทางสถานทูต ในการนำหนังสือเดินทาง และเอกสารต่างๆ ของผู้แสวงบุญ เช่น บัตรโดยสารเครื่องบิน สัญญาเช่าที่พัก สมุดฉีดวัคซีน หนังสือรับรองศาสนาและหนังสือรับรองเครือญาติ เป็นต้น เพื่อยื่นต่อทางสถานทูต โดยกรมการปกครองเป็นผู้ดำเนินการเอง

อย่างไรก็ตาม ในขั้นตอนขอวีซ่าในอดีตนั้น ประสบกับปัญหาเรื่องผู้แสวงบุญบางคนไม่ได้รับวีซ่า อันเนื่องมาจากมีผู้ประกอบการฮัจญ์บางรายดำเนินการเรื่องที่เกี่ยวข้องให้กับผู้แสวงบุญในสังกัด ไม่ครบถ้วนตามระเบียบของไทยและซาอุดีอาระเบีย ทำให้สถานทูตไม่สามารถออกวีซ่าผู้แสวงบุญดังกล่าวได้ จนทำให้ไม่สามารถเดินทางได้ตามกำหนดการ ซึ่งทางราชการได้พยายามหาทางแก้ไขและป้องกันปัญหาวีซ่าผู้แสวงบุญตลอดมา (กองส่งเสริมองค์การศาสนาอิสลามและกิจการฮัจญ์ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2565)

ที่ผ่านมาหน่วยงานราชการไทยจะมีวิธีบริหารจัดการจำนวนผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์ โดยให้ผู้ประกอบการฮัจญ์แต่ละรายแจ้งจำนวนผู้เดินทาง ซึ่งวิธีนี้จะประสบกับข้อขัดข้องในประเด็นของการได้รับข้อมูลที่ไม่ตรงกับจำนวนผู้เดินทางจริง กล่าวคือ บางครั้งมีผู้เดินทางจริงมากกว่าจำนวนที่แจ้งมา ทำให้ต้องขอโควตาเพิ่มเติม และบางครั้งมีผู้เดินทางน้อยกว่าจำนวนที่แจ้ง ทำให้ได้รับการท้วงติงจากทางราชการซาอุดีอาระเบีย เนื่องจากได้เตรียมการด้านต่างๆไว้แล้ว โดยเฉพาะเต็นท์ที่พักที่ตำบลมินาซึ่งเป็นที่พักของผู้แสวงบุญในระหว่างการประกอบพิธีฮัจญ์ที่มีจำกัด และเป็นที่ต้องการของพี่น้องมุสลิมทั่วโลก (กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม , 2560)

ดังนั้น เพื่อเป็นการแก้ปัญหาเรื่องดังกล่าว ทางราชการจึงได้นำระบบลงทะเบียนออนไลน์ตามแบบสากลที่โลกมุสลิมและนานาชาติประเคนิยมและให้การยอมรับ มาใช้ในการบริหารจัดการจำนวนผู้แสวงบุญ โดยเปิดให้มีการลงทะเบียนออนไลน์ สำหรับผู้ประสงค์จะเดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์ในลักษณะผ่านทางเว็บไซต์ของกรมการปกครอง โดยแสดงความจำนงผ่านผู้ประกอบการฮัจญ์ ซึ่งผู้ลงทะเบียนจะเป็นไปตามลำดับคิวก่อนหลัง เป็นการเปิดโอกาสให้พี่น้องมุสลิมได้สิทธิเดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์อย่างเท่าเทียมเป็นธรรมและโปร่งใส

ด้วยเหตุนี้ คณะกรรมการส่งเสริมกิจการฮัจญ์แห่งประเทศไทย จึงกำหนดให้มีการลงทะเบียนในระบบออนไลน์ และเก็บเงินประกันการเดินทางคนละ 80,400 บาท ซึ่งเริ่มดำเนินการขึ้นในปี พ.ศ. 2560 เพื่อต้องการให้เกิดความชัดเจนในจำนวนและรายชื่อผู้ลงทะเบียนที่มีความประสงค์จะเดินทางจริง โดยเงินจำนวนดังกล่าวจะนำไปเป็นค่าบริการและค่าพาหนะที่ทางการซาอุดีอาระเบียเรียกเก็บ และค่าบัตรโดยสารเครื่องบิน เพื่อเป็นหลักประกันในการเดินทางของผู้แสวงบุญว่า จะมีเครื่องบินเดินทางแน่นอน ทั้งนี้เป็นการป้องกันปัญหาเกี่ยวกับการเดินทางโดยเครื่องบินของผู้แสวงบุญที่อาจจะเกิดขึ้นอีก เนื่องจากเคยขึ้นในหลายปีที่ผ่านมาแล้วก่อนหน้านี้จะมีระบบออนไลน์ ซึ่งการเก็บเงินประกันการเดินทางดังกล่าว ทำให้เกิด

ความเป็นระเบียบเรียบร้อย และมีจำนวนผู้เดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจย์ที่ชัดเจนในระดับหนึ่ง (กองส่งเสริมองค์การศาสนาอิสลามและกิจการฮัจย์ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2561)

ผลจากการที่กรมการปกครองได้นำระบบการลงทะเบียนออนไลน์มาใช้บริหารจัดการจำนวนผู้แสวงบุญชาวไทยอย่างเต็มรูปแบบนั้น ถือเป็นก้าวสำคัญในการพัฒนาและยกระดับการดำเนินงานให้ทันสมัยตามแบบสากล เพื่อสอดคล้องกับระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Hajj) ของซาอุดีอาระเบีย ในการช่วยให้การบริหารจัดการจำนวนผู้แสวงบุญ มีความชัดเจน ได้ข้อยุติที่เร็วขึ้น โดยทางการได้มีการปรับปรุงและพัฒนาระบบตามลำดับและใช้มาจนถึงปัจจุบัน

พันธกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในกิจการฮัจย์ไทย

ประเทศซาอุดีอาระเบียมีข้อกำหนดให้การรับและจ่ายเงินต้องดำเนินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ โดยกรมการปกครองในฐานะหน่วยงานผู้รับผิดชอบกิจการฮัจย์ได้มีการพัฒนาทางเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่เสมอ ทำให้เห็นถึงแนวทางการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในงานที่เกี่ยวข้อง มีการจัดอบรมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศโดยหน่วยงานภายนอกเป็นประจำทุกปี ซึ่งช่วยให้เกิดการเรียนรู้ในทักษะที่จำเป็นต่อการทำงาน และรับมือกับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้มีความจำเป็นในการพัฒนาและใช้งานระบบดิจิทัลต่าง ๆ มากขึ้น โดยกำหนดพันธกิจ ดังนี้

1. สร้างกลไกการบริหารจัดการเทคโนโลยีดิจิทัล สำหรับผู้เดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจย์ตามแนวทางมาตรฐานสากล
2. บริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลให้เพียงพอ ทันสมัย และมีประสิทธิภาพ
3. พัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพระบบสารสนเทศ และระบบฐานข้อมูลที่สามารถสนับสนุนภารกิจขององค์กรได้อย่างถูกต้อง และรวดเร็ว
4. เป็นศูนย์กลางการจัดเก็บข้อมูลสารสนเทศด้านการส่งเสริมกิจการฮัจย์ที่เป็นมาตรฐานแบบบูรณาการ และสามารถใช้อัข้อมูลร่วมกันได้ทั้งองค์กรอย่างยั่งยืน
5. เพิ่มประสิทธิภาพระบบสารสนเทศและการบริการข้อมูลที่ต้องการ รวดเร็วแก่ผู้รับบริการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผ่านช่องทางต่าง ๆ ที่หลากหลาย
6. พัฒนาบุคลากรทุกระดับ ให้มีขีดสมรรถนะและทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับพันธกิจหลักของคณะกรรมการส่งเสริมกิจการฮัจย์แห่งประเทศไทย ในการอำนวยความสะดวกสำหรับผู้เดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจย์ (กองส่งเสริมองค์การศาสนาอิสลามและกิจการฮัจย์ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2561)

นโยบายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบออนไลน์และสารสนเทศในกิจการฮัจย์ไทย

ในปัจจุบันรัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์ในการพัฒนาประเทศโดยมุ่งหวังให้หน่วยงานทุกระดับมีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับทิศทางที่รัฐบาลกำหนดไว้ โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีมาใช้ในระบบราชการมากขึ้นตามยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0) อันจะเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานและการบริการประชาชน ด้วยเหตุนี้ ทุกหน่วยงาน รวมถึงกองส่งเสริมองค์การศาสนาอิสลามและกิจการฮัจญ์ จึงต้องทำแผนปฏิบัติการดิจิทัลเพื่อเป็นกรอบการดำเนินงานในด้านดังกล่าว ตลอดจนมีการทบทวนและปรับปรุงแผนทุกปี เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของนโยบายรัฐบาลและโลก ซึ่งแผนแม่บทสารสนเทศสำหรับผู้เดินทางไปประกอบพิธีฮัจญ์ ระยะ 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) ได้จัดทำขึ้นโดยสัมพันธ์กับแผนและยุทธศาสตร์ดังต่อไปนี้

1. นโยบายประเทศไทย 4.0 (Thailand 4.0)

ประเทศไทย 4.0 หรือ Thailand 4.0 เป็นนโยบายที่รัฐบาลต้องการยกระดับเศรษฐกิจของไทยให้ดีขึ้นด้วยการสร้างนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้ประเทศไทยมั่นคงและมั่งคั่งอย่างยั่งยืน ฉะนั้นระบบราชการที่เปรียบได้กับเสาหลักในการพัฒนาประเทศจึงต้องเร่งปฏิรูปให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพ มีความคล่องตัวในการขับเคลื่อนภารกิจของหน่วยงาน เป็นที่ประทับใจของประชาชนในฐานะผู้รับบริการ

2. แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2559-2578

รัฐบาลไทยโดยกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ได้จัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมฉบับนี้ขึ้น เพื่อใช้เป็นกรอบในการผลักดันให้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ซึ่งรวมถึงการปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ทางความคิดในทุกภาคส่วน การปฏิรูปกระบวนการทางธุรกิจ การผลิต การค้า และการบริการ การปรับปรุง ประสิทธิภาพการบริหารราชการแผ่นดิน และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน อันจะนำไปสู่ ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนของประเทศไทยตามนโยบายของรัฐบาลในท้ายที่สุด

3. แผนยุทธศาสตร์กระทรวงมหาดไทย พ.ศ. 2560 – 2564

แผนยุทธศาสตร์กระทรวงมหาดไทย พ.ศ. 2560 – 2564 มีความสำคัญในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานของกระทรวงมหาดไทย ในฐานะกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนงานตามนโยบายรัฐบาล งานตามภารกิจของกระทรวงมหาดไทย และงานในระดับพื้นที่เพื่อให้ประชาชนมีรากฐานการดำรงชีวิตและพัฒนาอย่างมั่นคงและสมดุล ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืนต่อไป

4. แผนยุทธศาสตร์กรมการปกครองประจำปี พ.ศ.2560 – 2564

โดยการนำนโยบายที่สำคัญของรัฐบาล กระทรวงมหาดไทย และยุทธศาสตร์ทุกระดับที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับภารกิจของกรมการปกครองมาใช้เป็นกรอบแนวทางในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ ตลอดจนการรวบรวมความคิดเห็นจากบุคลากรผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค เพื่อให้การปฏิบัติงานของกรมการปกครอง สามารถขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกับนโยบายรัฐบาล

กระทรวงมหาดไทยและยุทธศาสตร์ระดับชาติ นำไปสู่การปฏิบัติงานในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสมและเกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุด (กองส่งเสริมองค์การศาสนาอิสลามและกิจการฮัจญ์ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2561)

จากแผนนโยบายและยุทธศาสตร์ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า รัฐบาลไทยให้ความสำคัญตระหนักแก่ผู้แสวงบุญชาวไทยที่เดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์ ซึ่งเป็นหนึ่งในภารกิจของการส่งเสริมกิจการฮัจญ์ของรัฐบาลไทยในการดำเนินการช่วยเหลือ สนับสนุน และส่งเสริมชาวไทยมุสลิมให้เดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์ได้อย่างสะดวกสบาย จึงได้กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบออนไลน์และสารสนเทศในกิจการฮัจญ์ไทย เพื่อสอดคล้องกับระบบอิเล็กทรอนิกส์ (E-Hajj) ของซาอุดีอาระเบียที่นำมาใช้อย่างเป็นทางการเต็มรูปแบบซึ่งถือว่าเป็นก้าวสำคัญในการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานกิจการฮัจญ์ไทยให้ทันสมัย

บทสรุป

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทั่วโลก ส่งผลกระทบต่อการเดินทางไปแสวงบุญพิธีฮัจญ์ของชาวมุสลิมทั่วโลก ทางกรมการปกครองได้ประกาศรับผู้แสวงบุญพิธีฮัจญ์ ในปี พ.ศ. 2563 เฉพาะผู้แสวงบุญภายในประเทศเท่านั้น จำนวน 1,000 คน และในปีถัดมาก็ได้เพิ่มจำนวนผู้แสวงบุญภายนอกเข้ามา ทางกรมการปกครองได้กำหนดให้ทุกประเทศที่มีผู้แสวงบุญเดินทางเข้ามา ให้ถือปฏิบัติตามมาตรการอย่างเข้มงวด เพื่อให้ผู้แสวงบุญทั่วโลกมีความปลอดภัยจากการติดเชื้อและการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

ท่ามกลางการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 กระทรวงฮัจญ์ซาอุดีอาระเบีย จึงได้นำระบบอิเล็กทรอนิกส์ E-Hajj มาใช้เต็มรูปแบบอย่างเป็นทางการ ส่งผลให้ทุกประเทศที่มีผู้แสวงบุญ ต้องมีการปรับเปลี่ยนการดำเนินงานในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเชื่อมโยงกับระบบ E-Hajj รวมถึงขั้นตอนการยื่นวีซ่า เพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินการของซาอุดีอาระเบีย ดังนั้นก่อนการยื่นขอวีซ่าผู้แสวงบุญต่อสถานทูต ทุกประเทศต้องทำการบันทึกข้อมูลที่เกี่ยวข้องผ่านระบบดังกล่าว อาทิ จำนวนและรายชื่อผู้แสวงบุญ กำหนดเวลาเดินทาง เที่ยวบิน ที่พักทั้งที่เมืองมักกะห์และเมืองมะดีนะห์ และอื่นๆ ภายในกรอบเวลาที่กำหนด ทางสถานทูตซาอุดีอาระเบียจึงจะสามารถออกวีซ่าผู้แสวงบุญได้ ซึ่งกระทรวงมหาดไทยโดยกรมการปกครอง ได้มีการประชุมชี้แจง ทำความเข้าใจกับผู้ประกอบกิจการฮัจญ์พร้อมทั้งขอความร่วมมือในการดำเนินการเรื่องที่เกี่ยวข้องผ่านระบบ E-Hajj ตามระเบียบของซาอุดีอาระเบีย เพื่อให้การดำเนินการยื่นขอวีซ่าเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

เอกสารอ้างอิง

- กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม (2548) **คู่มือการเดินทางไปประกอบพิธีฮัจย์** พิมพ์ครั้งที่ 1
กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์
- กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม (2552) **ประวัติการประกอบพิธีฮัจย์ของศาสนาอิสลาม**. พิมพ์ครั้งที่ 4 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด
- กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม (2554) **พระราชบัญญัติ กฎหมาย ระเบียบ และประกาศที่เกี่ยวข้องกับกิจการฮัจย์**. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด
- กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม (2560) **ผลการดำเนินงานกิจการฮัจย์ ประจำปี 2559** พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด
- กระทรวงฮัจย์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย (2558) **เอกสารประชุมสัมมนาหัวข้อ ทิศทางการพัฒนา และการบริหารจัดการฮัจย์ของประเทศซาอุดีอาระเบียในกรอบวิสัยทัศน์ 2030** พิมพ์ครั้งที่ 1 กระทรวงฮัจย์
- กระทรวงฮัจย์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย (2561) **ระเบียบการจัดองค์การกิจการฮัจย์ ประเทศซาอุดีอาระเบีย** พิมพ์ครั้งที่ 2 กระทรวงฮัจย์
- กองส่งเสริมองค์การศาสนาอิสลามและกิจการฮัจย์ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, (2561) **คู่มือการบริหารความเสี่ยง,**
- กองส่งเสริมองค์การศาสนาอิสลามและกิจการฮัจย์ กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, (2565) **รายงานการประชุมคณะกรรมการส่งเสริมกิจการฮัจย์แห่งประเทศไทย**
- กรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม (2560) **15 ปี กิจการฮัจย์ไทยภายใต้การกำกับดูแลของกรมการศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม**, โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด
<https://www.krungsri.com/th/research> , สืบค้น 03/11/2565)

ผลกระทบการปรับตัวของประชาชนผู้ทรงเช็คเมื่อยกเลิกกฎหมายความรับผิดจากการใช้เช็คที่มี โทษทางอาญา

The impact of adjustments on cheque holders upon repeal of the Criminal Penalty Liability Act

ปัญญ์ณิสาร์ องค์ปรัชญากุล

Pannisa Ongprachayakul

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาความเป็นมาและสภาพปัญหาการบังคับใช้กฎหมายเช็คของประเทศไทย เปรียบเทียบความรับผิดทางอาญาอันเกิดจากการใช้เช็คระหว่าง พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 กับ ประมวลกฎหมายอาญา ความผิดฐานฉ้อโกง องค์ประกอบความผิดและโทษจำคุกแตกต่างกัน ผลดีและผลเสียเมื่อยกเลิกกฎหมาย พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 ผลกระทบในการปรับตัวของประชาชน ผู้ประกอบธุรกิจซึ่งเป็นผู้ทรงเช็คเมื่อยกเลิกกฎหมายความรับผิดจากการใช้เช็คที่มีโทษทางอาญาแล้ว ประชาชน ผู้ประกอบการธุรกิจ ผู้ทรงเช็ค ได้รับผลกระทบทางธุรกิจจากการติดตามเรียกร้องคดีแพ่งได้ล่าช้า จะใช้สิทธิในการฟ้องคดีอาญารฐานฉ้อโกงต่อผู้ออกเช็คว่าเจตนาทุจริตฉ้อโกงไว้ก่อนเพื่อป้องกันอายุความคดีอาญารฐานฉ้อโกง และจะปรับตัวให้คู่ค้าคู่สัญญาหาหลักประกันอื่นมาค้ำประกันแทนเพิ่มมากขึ้น อันจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม ของประเทศด้วย

คำสำคัญ: เช็ค, ผู้ทรงเช็ค, การลงโทษทางอาญา

Abstract

This article explores the background and conditions of check law enforcement problems in Thailand. Comparison of criminal liability arising from using checks between act on offenses arising from the use of cheques, 1991 and the Criminal Code offense of fraud The offense and imprisonment elements are different. The pros and cons of repealing the law Act on offenses arising from the use of cheques, B.E. 2534. Impact on people's adaptation Business operators who are check holders when the criminal penalties of the cheque liability law are repealed, the public, business operators, cheque holders, will be affected by the delay in the follow-up of civil lawsuits. Will exercise the right to file a criminal case for fraud against the check issuer for fraudulent intentions to prevent the prescription of a criminal case for fraud. And will adjust to the contract counterparty to find more collateral to guarantee instead. This will affect the economy and society of the country as well.

Keyword: Cheque, Chequer, criminal penalties

บทนำ

ประเทศไทยเริ่มบัญญัติกฎหมายเกี่ยวกับเช็คไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์เข้าเป็นหมวดหนึ่งของลักษณะตัวเงิน เช็คเป็นตราสารแทนการชำระหนี้ด้วยเงินสด เป็นเครื่องมือทางการเงินในแวดวงการค้าเพื่อรองรับความเจริญในระบบธุรกิจ ความสำคัญของเช็คอยู่ที่การสร้างเชื่อมั่นให้กับประชาชนผู้ซึ่งได้รับเช็คหรือผู้ทรงเช็คว่าจะได้รับเงินตามจำนวนที่ระบุไว้ในเช็คอย่างแน่นอน ซึ่งหากเช็คเบิกเงินมิได้จะมีมาตรการทางกฎหมายแพ่งในการฟ้องคดีให้ชดใช้แต่การลงโทษนั้นไม่รุนแรง

ต่อมาจึงได้ออกกฎหมายพิเศษโดยสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาได้นำรูปแบบกฎหมายของสาธารณรัฐฝรั่งเศสมาเป็นแนวทางในการยกร่าง โดยบัญญัติให้ผู้ซึ่งออกเช็คโดยทุจริต คือออกเช็คโดยในขณะที่ออกเช็คไม่มีเงินอยู่ในบัญชีอันจะพึงจ่าย เป็นความผิดต่อระวางโทษปรับหรือจำคุก หรือทั้งจำทั้งปรับ ซึ่งคณะรัฐมนตรีได้ลงมติรับหลักการและมโนบายให้ลงโทษรวมถึงการออกเช็คล่วงหน้าที่ไม่มีความเงินเมื่อถึงกำหนดด้วย ดังนั้น มาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2497 จึงไม่มีคำว่า “ทุจริต” คือการออกเช็คล่วงหน้าที่ไม่มีความเงินจ่ายถือว่ามีความผิดทางอาญา จึงกล่าวได้ว่าการออกเช็คล่วงหน้าที่ไม่มีความเงินนั้นเป็นเรื่องของการตกลงยินยอมรับเช็คไว้เพื่อชำระหนี้ ซึ่งในขณะที่รับมอบเช็คก็ยังไม่อาจคาดหวังได้ว่าเมื่อถึงกำหนดวันที่ลงในเช็คแล้วผู้ออกเช็คจะมีเงินในบัญชีพอจ่ายตามจำนวนที่ระบุไว้ในเช็คหรือไม่ ถือเป็นเหตุการณ์ในอนาคตที่ไม่แน่นอน เจตนาทุจริตจึงไม่อาจเกิดขึ้นได้ หากเช็คล่วงหน้าที่ถูกธนาคารปฏิเสธการจ่ายเงิน การกระทำของผู้ออกเช็คจึงถือไม่ได้ว่าเจตนาทุจริต (นิติพร ตันวิไล, 2545 : 1) แต่ต่อมาเนื่องจากมีบุคคลบางส่วนใช้เช็คเป็นเครื่องมือในการฉ้อโกงหรือหลอกลวงโดยไม่ได้มีความสุจริตใจที่จะใช้เช็คเป็นเครื่องมือในการชำระหนี้ บางกรณีผู้ออกเช็คก็ปฏิเสธไม่ยอมรับผิดใช้เงินตามเช็ค เมื่อเช็คฉบับที่ตนออกไปนั้นธนาคารปฏิเสธการจ่ายเงิน ก่อให้เกิดผลตามมาคือเช็คขาดความน่าเชื่อถือในสายตาของ

ผู้ประกอบการธุรกิจ และก่อให้เกิดผลเสียหายต่อเศรษฐกิจและการค้าของประเทศ จึงได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมโดยมีการออกประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 196 ลงวันที่ 8 สิงหาคม 2515 เพื่อแก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 5 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2497 ออกเป็นพระราชบัญญัติ ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 ซึ่งประเทศไทยมีความต้องการออกกฎหมายมาเพื่อสนับสนุนให้มีการใช้เช็คโดยแพร่หลาย เพื่อความสะดวกแก่การประกอบธุรกิจการค้า ต้องการทำให้เช็คมีความน่าเชื่อถือโดยนำโทษทางอาญามาเป็นหลักประกันในการสร้างความมั่นใจให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับเช็คว่าเช็คที่ตนรับมาจะได้รับการชำระเงิน (บรรหาร กำลา, 2555)

เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2565 คณะรัฐมนตรีมีมติอนุมัติหลักการร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 พ.ศ. ตามที่กระทรวงยุติธรรมเสนอ และให้ส่งสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาตรวจพิจารณา แล้วดำเนินการต่อไปได้ ทั้งนี้ ร่างพระราชบัญญัติที่กระทรวงยุติธรรมเสนอ เป็นการยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้

เช็ค พ.ศ.2534 เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการจำกัดให้มีกฎหมายเพียงเท่าที่จำเป็น และยกเลิกหรือปรับปรุงกฎหมายที่หมดความจำเป็นหรือไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ หรือที่เป็นอุปสรรคต่อการดำรงชีวิต หรือการประกอบอาชีพโดยไม่ชักช้าเพื่อไม่ให้เป็นภาระแก่ประชาชน และพึงกำหนดโทษอาญาเฉพาะความผิดร้ายแรง ตามบทบัญญัติมาตรา 77 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย และเพื่อให้สอดคล้องกับข้อ 11 ของกติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิพลเมืองและสิทธิทางการเมือง ที่กำหนดให้บุคคลจะถูกจำคุกเพียงเพราะเหตุว่าไม่สามารถปฏิบัติตามรัฐธรรมนูญได้ ทั้งนี้ การยกเลิกพระราชบัญญัติดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อธนาคารพาณิชย์ให้สามารถเข้ามาตราการทางธนาคารสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเช็คโดยกำหนดมาตรการกักเงินกองทุนค่าขอใช้เช็ค โดยไม่จำเป็นต้องกำหนดบทลงโทษทางอาญา ลดปัญหาเกี่ยวกับการใช้โทษทางอาญาบีบคั้นกับลูกหนี้ทางแพ่งให้ชำระหนี้ และสามารถประหยัดงบประมาณในการดำเนินกระบวนการยุติธรรมทางอาญา รวมทั้งทำให้มีหลักกฎหมายที่สอดคล้องกับหลักสากลและพันธกรณีระหว่างประเทศ ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเห็นชอบด้วยกับร่างพระราชบัญญัติดังกล่าวแล้วสาระสำคัญของร่างพระราชบัญญัติ คือ (1) ให้ยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 และ (2) พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนด 120 วันนับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี, 2565)

ซึ่งหากร่างกฎหมาย พระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 พ.ศ. ตามที่กระทรวงยุติธรรมเสนอออกเป็นกฎหมายมีผลบังคับใช้ จะส่งผลให้กฎหมายพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 ถูกยกเลิกทั้งหมด ย่อมส่งผลกระทบต่อการใช้เช็คในการประกอบธุรกิจการค้าของประชาชน ผู้ประกอบการธุรกิจ รวมทั้งผู้ทรงเช็คหรือผู้ซึ่งมีเช็คอยู่ในความครอบครองเพื่อรอเรียกเก็บหรือทำธุรกรรมการค้าที่มีความจำเป็นต้องให้คู่ค้าคู่สัญญาชำระหนี้โดยการออกเช็คล่วงหน้าไว้เป็นหลักประกัน รวมถึงการใช้เช็คซึ่งเป็นตราสารเปลี่ยนมือได้ในการค้าประกันทางธุรกิจที่จะต้องเกิดการเปลี่ยนแปลงต่อไป

ผู้เขียนจึงสนใจศึกษา ความเป็นมาและสภาพปัญหาการบังคับใช้กฎหมายเช็คของประเทศไทย เปรียบเทียบความรับผิดทางอาญาอันเกิดจากการใช้เช็คระหว่าง พระราชบัญญัติ ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 กับ ประมวลกฎหมายอาญา ความผิดฐานฉ้อโกง ผลดีและผลเสียเมื่อยกเลิกกฎหมาย พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 ผลกระทบในการปรับตัวของประชาชน

ผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งเป็นผู้ทรงเช็คเมื่อยกเลิกกฎหมายความรับผิดจากการใช้เช็คที่มีโทษทางอาญาแล้ว ในการฟ้องคดีอาญาฐานฉ้อโกงต่อผู้ออกเช็คซึ่งมีเจตนาทุจริตฉ้อโกง และการปรับตัวหาหลักประกันอื่นแทนเช็คต่อไปอย่างไร

ความเป็นมาและสภาพปัญหาการบังคับใช้กฎหมายเช็คของประเทศไทย

ความเป็นมาและสภาพปัญหาในการเช็คของประเทศไทยนั้นเริ่มมีการบัญญัติเช็คเป็นกฎหมายในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ 3 เอกเทศสัญญา ลักษณะ 21 ตัวเงิน หมวด 1 บทเบ็ดเสร็จทั่วไป มาตรา 898 อันตัวเงินตามความหมายแห่งประมวลกฎหมายนี้มีสามประเภทๆ หนึ่ง คือตัวแลกเงิน ประเภทหนึ่ง คือตัวสัญญาใช้เงิน ประเภทหนึ่ง คือเช็ค และหมวด 4 เช็ค มาตรา 987 อันว่าเช็คนั้น คือหนังสือตราสารซึ่งบุคคลคนหนึ่ง เรียกว่าผู้สั่งจ่าย สั่งธนาคารให้ใช้เงินจำนวนหนึ่งเมื่อทวงถามให้แก่บุคคลอีกคนหนึ่ง หรือให้ใช้ตามคำสั่งของบุคคลอีกคนหนึ่ง อันเรียกว่าผู้รับเงิน (ราชกิจจานุเบกษา, 2535) โดยผู้ฝากเงินหรือผู้ออกเช็คต้องเปิดบัญชีเงินฝากกระแสรายวันไว้กับธนาคาร โดยตกลงกับธนาคารว่าในการถอนเงินจากบัญชีดังกล่าวจะเขียนใบถอนเงินที่เรียกว่า “เช็ค” ให้ผู้ทรงเช็คนำเช็คซึ่งเป็นใบถอนเงินดังกล่าวมาเบิกเงินจากธนาคาร ในการรับฝากเงินธนาคารตกลงที่จะพิมพ์แบบฟอร์มในการถอนเงินที่เรียกว่าแบบฟอร์มเช็คให้ผู้ฝากเงินหรือผู้ออกเช็คเก็บรักษาไว้ เมื่อผู้ฝากเงินหรือผู้ออกเช็คประสงค์จะชำระหนี้ให้แก่ผู้รับเงินหรือผู้ทรงเช็คคนใด ผู้ฝากเงินหรือผู้ออกเช็คกรอรายละเอียดลงในแบบฟอร์มเช็คดังกล่าวแล้วส่งมอบให้แก่ผู้รับเงินหรือผู้ทรงเช็คเพื่อมาเบิกเงินจากธนาคารผู้รับฝากเงิน (สหธน รัตนไพจิตร, 2554)

ต่อมามีแนวความคิดในการออกกฎหมายพิเศษที่มีโทษในทางอาญามาคุ้มครองผู้ทรงเช็คเพื่อให้มีหลักประกันในการใช้เช็คได้อย่างมั่นใจ อีกทั้งเนื่องจากมีบุคคลบางส่วนใช้เช็คเป็นเครื่องมือในการฉ้อโกงหรือหลอกลวงโดยมิได้มีความสุจริตใจที่จะใช้เช็คเป็นเครื่องมือในการชำระหนี้ เนื่องจากเห็นว่าสภาพบังคับทางแพ่งนั้นไม่รุนแรง และในบางกรณีผู้ออกเช็คก็ปฏิเสธไม่ยอมรับผิดใช้เงินตามเช็ค เมื่อเช็คฉบับที่ตนออกไปนั้นถูกธนาคารปฏิเสธการจ่ายเงิน ก่อให้เกิดผลตามมาคือเช็คขาดความน่าเชื่อถือถือในสายตาของผู้ประกอบธุรกิจ และก่อให้เกิดผลเสียหายต่อเศรษฐกิจและการค้าของประเทศ ทำให้การประกอบธุรกรรมทางเศรษฐกิจไม่สะดวกและคล่องตัว (สุภาวดี เต็มเต็มทรัพย์, 2549) จึงได้มีการกำหนดมาตรการเพื่อบังคับให้ผู้ใช้เช็คใช้เช็คโดยสุจริต และถูกต้องตรงตามความประสงค์ของกฎหมายในเรื่องเช็ค โดยการตราพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2497 ออกมาบังคับใช้เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2497 โดยได้นำเอาความผิดอาญาฐานฉ้อโกงด้วยการใช้เช็ค ซึ่งเป็นกฎหมายอาญาของสาธารณรัฐฝรั่งเศส มาเป็นต้นร่างของพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2497 โดยให้เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ ในปัจจุบันนี้ธุรกิจการค้าของประเทศไทยได้เจริญขึ้นเป็นอันมาก สมควรจะมีวิธีการสนับสนุนให้มีการใช้เช็คโดยแพร่หลาย เพื่อให้สะดวกแก่การประกอบธุรกิจการค้า ในกรณีนี้เป็นการสมควรอย่างยิ่งที่จะมีกฎหมายเอาโทษผู้ซึ่งคิดทุจริตใช้เช็คโดยไม่มีเงินที่จะพึงชำระตามจำนวนที่สั่งจ่าย¹ และได้มี

¹ดูรายละเอียดเพิ่มเติม พระราชบัญญัติ ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2497

การแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายฉบับนี้ โดยมีการออกประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 196 ลงวันที่ 8 สิงหาคม 2515 เพื่อแก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 5 แห่ง พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2497 ออกเป็นพระราชบัญญัติ ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 โดยให้เหตุผลในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ คือ โดยที่พระราชบัญญัติ

ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2497 ใช้บังคับมานานแล้ว บทบัญญัติที่มีอยู่ไม่เหมาะสมหลายประการ สมควรปรับปรุงให้มีบทบัญญัติชัดเจนว่า การออกเช็คที่จะมีความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ จะต้องเป็นการออกเช็คเพื่อให้มีผลผูกพันและบังคับชำระหนี้ได้ตามกฎหมายเท่านั้น และกำหนดให้มีระวางโทษปรับเพียงไม่เกินหกหมื่นบาทเพื่อให้คดีความผิดตามพระราชบัญญัตินี้อยู่ในอำนาจพิจารณาพิพากษาของศาลแขวง ทั้งให้การปล่อยชั่วคราวผู้ต้องหาหรือจำเลยจะกระทำโดยไม่มีหลักประกันก็ได้ แต่ถ้าจะให้หลักประกัน หลักประกันนั้นจะต้องไม่เกินหนึ่งในสามของจำนวนเงินตามเช็ค นอกจากนี้สมควรกำหนดให้การฟ้องคดีแพ่งตามเช็คที่มีจำนวนเงินไม่เกินอำนาจพิจารณาพิพากษาของผู้พิพากษาคนเดียวสามารถฟ้องรวมไปกับคดีส่วนอาญาได้ จึงจำเป็นต้องตราพระราชบัญญัตินี้²

เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2565 คณะรัฐมนตรีมีมติอนุมัติหลักการร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 พ.ศ. ตามที่กระทรวงยุติธรรมเสนอ หนังสือที่ ยธ 02007/2463 ลงวันที่ 29 เมษายน 2565 เรื่อง ร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 พ.ศ.... (สำนักงานปลัดกระทรวงยุติธรรม, 2565) และให้ส่งสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาตรวจพิจารณา แล้วดำเนินการต่อไปได้ ทั้งนี้ ร่างพระราชบัญญัติที่กระทรวงยุติธรรมเสนอ เป็นการยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการจัดให้มีกฎหมายเพียงเท่าที่จำเป็น และยกเลิกหรือปรับปรุงกฎหมายที่หมดความจำเป็นหรือไม่สอดคล้องกับสภาพการณ์ หรือที่เป็นอุปสรรคต่อการดำรงชีวิต หรือการประกอบอาชีพ โดยไม่ชักช้าเพื่อไม่ให้เป็นการกระทบแก่ประชาชน และพึงกำหนดโทษอาญาเฉพาะความผิดร้ายแรง ตามบทบัญญัติมาตรา 77 ของรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 และเพื่อให้สอดคล้องกับข้อ 11 ของกติการะหว่างประเทศว่าด้วยสิทธิพลเมืองและสิทธิทางการเมือง ที่กำหนดให้บุคคลจะถูกจำคุกเพียงเพราะเหตุว่าไม่สามารถปฏิบัติตามสัญญาไม่ได้ ทั้งนี้ การยกเลิกพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อธนาคารพาณิชย์ให้สามารถนำมาตราการทางธนาคารสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเช็คโดยกำหนดมาตรการกักกันรองลูกค้าขอใช้เช็ค โดยไม่จำเป็นต้องกำหนดบทลงโทษทางอาญา ลดปัญหาเกี่ยวกับการใช้โทษทางอาญาบีบบังคับลูกหนี้ทางแพ่ง รวมทั้งทำให้มีหลักกฎหมายที่สอดคล้องกับหลักสากลและพันธกรณีระหว่างประเทศ

²ดูรายละเอียดเพิ่มเติม ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534

ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเห็นชอบด้วยกับร่างพระราชบัญญัติดังกล่าวแล้ว สาระสำคัญของร่างพระราชบัญญัติ คือ (1) ให้ยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 และ (2) พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนด 120 วันนับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป

ตามเหตุผลที่กระทรวงยุติธรรมเสนอนั้น เมื่อพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 ถูกยกเลิกทั้งฉบับแล้ว จะส่งผลให้การใช้เช็คไม่มีความรับผิดชอบทางอาญาเป็นการเฉพาะแล้ว โดยคงเหลือกฎหมายความรับผิดว่าด้วยการใช้เช็คทางแพ่ง ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ 3 เอกเทศสัญญา ลักษณะ 21 ตัวเงิน หมวด 4 เช็ค ที่ใช้บังคับอยู่เท่านั้น ปัญหาที่จะเกิดขึ้นกับประชาชน ผู้ประกอบธุรกิจ ผู้ทรงเช็ค ในเบื้องต้นคือ หากเป็นผู้ทรงเช็คซึ่งยังมีเช็คส่งจ่ายล่วงหน้าไว้ในครอบครองเมื่อถึงเวลาเรียกเก็บเงิน ธนาคารปฏิเสธการจ่ายเงินตามเช็ค ผู้ทรงเช็คจะดำเนินการฟ้องคดีแพ่งได้เท่านั้น แต่หากจะฟ้องคดีอาญาฐานข้อโกงต้องสืบพิสูจน์ให้ได้ว่าผู้ออกเช็คมีเจตนาทุจริตข้อโกงในการออกเช็คตามหลักประมวลกฎหมายอาญาว่าด้วยความผิดฐานข้อโกง และปัญหาต่อไปหากประชาชน ผู้ประกอบธุรกิจ จำเป็นต้องให้คู่ค้าคู่สัญญามีการค้าประกันโดยตราสารจะต้องพิจารณาการรับตราสารเช็คค้าประกันกันอย่างไร

เปรียบเทียบความรับผิดทางอาญาอันเกิดจากการใช้เช็คระหว่าง พระราชบัญญัติ ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 กับ ประมวลกฎหมายอาญา ความผิดฐานข้อโกง

ความรับผิดทางอาญาอันเกิดจากการใช้เช็คตาม พระราชบัญญัติ ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 บัญญัติไว้ดังนี้

มาตรา 4 ผู้ใดออกเช็คเพื่อชำระหนี้ที่มีอยู่จริงและบังคับได้ตามกฎหมายโดยมีลักษณะหรือมีการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังต่อไปนี้

(1) เจตนาจะไม่ให้มีการใช้เงินตามเช็คนั้น

(2) ในขณะที่ออกเช็คนั้นไม่มีเงินอยู่ในบัญชีอันจะพึงให้ใช้เงินได้

(3) ให้ใช้เงินมีจำนวนสูงกว่าจำนวนเงินที่มีอยู่ในบัญชีอันจะพึงให้ใช้เงินได้ในขณะที่ออกเช็คนั้น

(4) ถอนเงินทั้งหมดหรือแต่บางส่วนออกจากบัญชีอันจะพึงให้ใช้เงินตามเช็คจนจำนวนเงินเหลือไม่เพียงพอที่จะใช้เงินตามเช็คนั้นได้

(5) ห้ามธนาคารมิให้ใช้เงินตามเช็คนั้นโดยเจตนาทุจริต

เมื่อได้มีการยื่นเช็คเพื่อให้ใช้เงินโดยชอบด้วยกฎหมาย ถ้าธนาคารปฏิเสธไม่ใช้เงินตามเช็คนั้น ผู้ออกเช็คมีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือทั้งปรับทั้งจำ

มาตรา 5 ความผิดตามมาตรา 4 เป็นความผิดอันยอมความได้³

ตามมาตรา 4 แห่ง พระราชบัญญัติ ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 นี้ได้บัญญัติ ความรับผิดทางอาญาของผู้ออกเช็คไว้ 5 อนุมาตรา โดยอนุมาตรา (1)(2)(3)(4) เป็นการบัญญัติความผิด เป็นการเฉพาะ หากพบการกระทำความผิดของผู้ออกเช็ค ผู้ทรงเช็คสามารถดำเนินคดีอาญากับผู้ออกเช็ค ได้ ซึ่งเป็นไปตามเจตนารมณ์เดิมของการปรับปรุงออกกฎหมายฉบับนี้ และศาลได้ใช้หลักการตามกฎหมาย ฉบับนี้พิจารณาตัดสินความผิดอันเกิดจากการใช้เช็คด้วย ดังคำพิพากษาศาลฎีกา 3961/2560 จำเลยกู้ยืมเงิน โจทก์ตามหนังสือสัญญากู้เงินตามกฎหมายใหม่และออกเช็คให้โจทก์ แม้หนังสือสัญญากู้เงินตามกฎหมาย ใหม่ทั้งสองฉบับ ข้อ 2 เขียนว่า เช็คเงินสด เลขที่ 0094654 ลงวันที่ 11-08-2556 จำนวนเงิน 400,000 บาท ของธนาคาร ท. เลขที่บัญชี 974300XXXX เพื่อชำระหนี้เงินกู้ดังกล่าวข้างต้น ให้ท่านถือไว้เป็นประกันด้วย และเช็คเงินสด เลขที่ 0094655 เลขที่บัญชี 974300XXXX ของธนาคาร ท. จำนวนเงิน 427,600 บาท เพื่อ ชำระหนี้เงินกู้ดังกล่าวข้างต้น (เช็คลงวันที่ 11-08-2556) ให้ท่านถือไว้เป็นประกันด้วยก็ตาม แต่ในการ ค้นหาเจตนาที่แท้จริงจำเป็นต้องพิจารณาข้อเท็จจริงอื่นๆ ประกอบเข้าด้วย หากข้อเท็จจริงตามข้อความเป็น ลายลักษณ์อักษรโดยฝ่ายเดียว เมื่อข้อเท็จจริงฟังได้ว่าจำเลยกู้ยืมเงินโจทก์และออกเช็คให้โจทก์ เชื่อว่า จำเลยออกเช็คดังกล่าวเพื่อชำระหนี้เงินกู้ มิใช่เช็คเพื่อเป็นประกัน เมื่อหนึ่งดังกล่าวมีอยู่จริงและบังคับ ได้ตามกฎหมาย จำเลยจึงมีความผิดตาม พ.ร.บ.ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 มาตรา 4 (1) (2) (ศาลฎีกา, 2565)

ความผิดฐานฉ้อโกง ตามประมวลกฎหมายอาญาบัญญัติไว้ใน ภาค 2 ลักษณะ 12 ความผิด เกี่ยวกับทรัพย์ หมวด 3 ความผิดฐานฉ้อโกง มาตรา 341 ผู้ใดโดยทุจริต หลอกลวงผู้อื่นด้วยการแสดง ข้อความอันเป็นเท็จ หรือปกปิดข้อความจริงซึ่งควรบอกให้แจ้ง และโดยการหลอกลวงดังว่านั้น ได้ไปซึ่ง ทรัพย์สินจากผู้ถูกหลอกลวง หรือบุคคลที่สาม หรือทำให้ผู้ถูกหลอกลวงหรือบุคคลที่สาม ทำ ถอน หรือ ทำลายเอกสารสิทธิ ผู้นั้นกระทำความผิดฐานฉ้อโกง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหก หมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ (ราชกิจจานุเบกษา, 2499)

เจตนารมณ์กฎหมายความผิดฐานฉ้อโกงหรือคือคุณธรรมทางกฎหมายหรือสิ่งที่กฎหมายมุ่งจะ ค้ำครองในความผิดฐานฉ้อโกง คือ ความเสียหายในทางทรัพย์สินของผู้อื่นที่เกิดจากการหลอกลวง ดังนั้น ข้อเท็จจริงมุ่งที่จะคุ้มครองทรัพย์สินโดยเฉพาะ และไม่ได้คุ้มครองความไว้วางใจของผู้อื่น หรือเสรีภาพใน การจ่ายโอนทรัพย์สิน (สุรศักดิ์ ลิขสิทธิ์วัฒนกุล, 2559)

ดังนั้นเมื่อเปรียบเทียบความผิดตาม พระราชบัญญัติ ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 มาตรา 4 กับความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา ความผิดฐานฉ้อโกง มาตรา 341 นั้น มีความเห็น ว่า

³ดูรายละเอียดเพิ่มเติม ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534

ความผิดอาญาฐานฉ้อโกง ตามประมวลกฎหมายอาญามาตรา 341 มีองค์ประกอบความผิดเทียบเท่ากับพระราชบัญญัติ ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 มาตรา 4 (1)(5) เท่านั้น ส่วน มาตรา 4 (2)(3)(4) นั้นไม่สามารถสืบพิสูจน์ความผิดทางอาญาฐานฉ้อโกงได้ อันมีผลจะทำให้เมื่อยกเลิกพระราชบัญญัติ ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 ประชาชน ผู้ประกอบธุรกิจ ผู้ทรงเช็ค จะนำความผิดตาม มาตรา 4 (2)(3)(4) มาใช้อ้างดำเนินคดีอาญากับผู้ออกเช็คมิได้เช่นกัน

และเปรียบเทียบกำหนดโทษจำคุกตามพระราชบัญญัติ ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 มาตรา 4 นั้นผู้ออกเช็คมีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือทั้งปรับทั้งจำ จะน้อยกว่าโทษจำคุกตามประมวลกฎหมายอาญา ความผิดฐานฉ้อโกง มาตรา 341 นั้นผู้กระทำความผิดฐานฉ้อโกง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ผลดีเมื่อยกเลิกกฎหมาย พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534

ตามที่กระทรวงยุติธรรมได้ให้เหตุผลไว้ในหนังสือเสนอตามที่กระทรวงยุติธรรมเสนอหนังสือที่ ยธ 02007/2463 ลงวันที่ 29 เมษายน 2565 เรื่อง ร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 พ.ศ.... สรุปผลกระทบด้านดีได้ว่า การยกเลิกพระราชบัญญัตินี้ดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ต่อธนาคารพาณิชย์ให้สามารถเข้ามาตราการทางธนาคารสร้างความน่าเชื่อถือให้กับเช็คโดยกำหนดมาตรการกักเงินของลูกค้านำมาใช้เช็ค โดยไม่จำเป็นต้องกำหนดบทลงโทษทางอาญา ลดปัญหาเกี่ยวกับการใช้โทษทางอาญาบีบบังคับลูกหนี้ทางแพ่ง รวมทั้งทำให้มีหลักกฎหมายที่สอดคล้องกับหลักสากลและพันธกรณีระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ออกเช็คไม่ต้องรับผิดทางอาญาในการใช้เช็คประกอบธุรกิจการค้าหรือค้าประกันต่างๆ หากไม่มีเงินในบัญชีเพียงพอหรือเช็คเต็ม และองค์กรภาครัฐประหยัดงบประมาณด้านกระบวนการดำเนินคดีอาญาลงได้

ผลเสียเมื่อยกเลิกกฎหมาย พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534

เช็คมาจากประชาชนผู้ประกอบธุรกิจเปิดบัญชีเงินฝากกระแสรายวันกับธนาคาร ขอเครดิตในการประกอบกิจการ โดยการจ่ายค่าสินค้าหรือบริการล่วงหน้า เช็คจึงเป็นหลักประกันว่าผู้ซื้อจะจ่ายเงินตามเช็คให้กับผู้ขายโดยธนาคารรับประกัน หากผู้ออกเช็คกระทำผิดตามพระราชบัญญัติ ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 เช็คเต็มไม่มีเงินจ่ายตามเช็คจะมีโทษทางอาญา เพื่อเป็นหลักประกันว่าอีกชั้นหนึ่งว่าจะเอาผิดกับผู้ออกเช็คในการลงโทษทางอาญา และให้ชดใช้ค่าเสียหายและมูลหนี้ได้ เมื่อยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 ไม่มีการรับรองหลักประกัน 2 ชั้นนี้แล้วให้ประชาชน

ผู้ประกอบการ ผู้ทรงเชื้คต้องไปใช้สิทธิฟ้องเป็นคดีแพ่ง เท่ากับว่าเชื้คไม่มีความศักดิ์สิทธิ์ไม่มีความพิเศษที่ จะต้องนำมาใช้ในการค้ำประกันชำระหนี้แต่อย่างใด ผู้ทรงเชื้คซึ่งมีเชื้คล่วงหน้าอยู่ในความครอบครองยอม เสียเปรียบเกิดผลกระทบต่อผู้ประกอบการการค้า อาจทำให้ขาดสภาพคล่องในการประกอบการ เพราะเมื่อนำเชื้คไปเบิกธนาคารปฏิเสธการใช้เงินตามเชื้ค จะทำให้เรียกร้องฟ้องคดีทางแพ่งให้ผู้ออกเชื้ค ชำระหนี้ไม่ได้โดยเร็ว ทั้งที่ได้ลงทุนการประกอบการไปแล้วกลับต้องเสียหายเพราะติดตามทวงหนี้ได้ล่าช้า

การฟ้องคดีความต่อศาลนั้น เมื่อการยกเลิก พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เชื้ค พ.ศ.2534 ในระหว่างที่ยังมีการใช้เชื้คในการประกอบการกันนั้น หรือจำเป็นต้องใช้เชื้คเป็นหลักประกันใน การชำระหนี้ หากเกิดกรณีเชื้คค้าง ถูกปฏิเสธการใช้เงินจากธนาคาร ผู้ทรงเชื้คจะใช้วิธีถือเอาว่าผู้ออกเชื้คมี เจตนาข้อยกไว้ก่อน จึงนำไปฟ้องคดีอาญาหรือแจ้งความร้องทุกข์เป็นคดีอาญาฐานข้อยกตามมาตรา 341 ฎหมายอาญา มาตรา 341 ต่อผู้ออกเชื้คไว้ก่อน แล้วค่อยสืบพิสูจน์เจตนาทุจริตกันศาล เพื่อรักษาอายุ ความคดีอาญาฐานข้อยก 3 เดือนไว้ อันเป็นความผิดอันยอมความได้ เป็นการป้องกันไว้ก่อนเรียกให้ ลูกหนี้รีบมาชำระหนี้ อันจะเป็นผลเสียต่อลูกหนี้เพิ่มมากยิ่งขึ้น เพราะลูกหนี้จะถูกฟ้องดำเนินคดีอาญาฐาน ข้อยกไว้ก่อนและต้องรับโทษมากขึ้น กล่าวคือ ความผิดฐานข้อยก ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 341 กำหนดโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ซึ่งมีโทษจำคุกมากกว่า พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เชื้ค พ.ศ.2534 กำหนดโทษจำคุกหนึ่งปี และอาจไม่ได้ทำ ให้คดีอาญาที่ฟ้องต่อศาลเกี่ยวกับการใช้เชื้คไม่ได้ลดลงแต่อย่างใด

ผลกระทบในการปรับตัวของประชาชน ผู้ประกอบการซึ่งเป็นผู้ทรงเชื้คเมื่อยกเลิกกฎหมาย ความรับผิดจากการใช้เชื้คที่มีโทษทางอาญาแล้ว

เมื่อยกเลิกความผิดอาญาการใช้เชื้ค ประชาชน ผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งเป็นผู้ทรงเชื้ค จะกำหนดให้ คู่ค้าทางธุรกิจออกเชื้คเป็นการประกันการชำระหนี้ คงจะต้องมีการปรับตัวขนานใหญ่ เพื่อปกป้องธุรกิจของ ตนเอง โดยเฉพาะธุรกิจขนาดใหญ่ เช่น บริษัทสินเชื้คที่มีการให้ผู้เช่าซื้อรถออกเชื้คล่วงหน้าในการค้ำ ประกันรับรองการชำระหนี้แต่ละงวด เพื่อให้ได้รับความมั่นใจว่าหากคู่ค้าทางธุรกิจไม่ชำระเงินตามเชื้คแต่ ละงวด จะสามารถใช้มาตรการการดำเนินคดีอาญาให้ผู้ออกเชื้คลูกหนี้หาเงินมาชำระหนี้ให้ได้ทันทีหรือเร็ว ที่สุดเพื่อไม่ให้ลูกหนี้

ผู้ออกเชื้คต้องถูกลงโทษทางอาญาถูกปรับและหรือจำคุก แต่เมื่อยกเลิกกฎหมาย พระราชบัญญัติว่าด้วย ความผิดอันเกิดจากการใช้เชื้ค พ.ศ.2534 ไม่มีโทษทางอาญาในการเรียกร้องให้ผู้ออกเชื้คลูกหนี้เร่งรีบแก้ไข หาเงินมาชำระหนี้ ผู้ประกอบการก็ต้องค้นหาวิธีการในการป้องกันการดำเนินธุรกิจการค้าของตนเอง อาจมี การให้สินเชื้คน้อยลง ค่าขายแบบจ่ายค่าสินค้ำทันที หรือเรียกหลักประกันประเภทอื่นๆ มากขึ้น เช่น เรียก ให้มีการจำนอง จำน่า หรือหาคนค้ำประกันมาเป็นหลักประกันเพิ่มมากขึ้น จะส่งผลกระทบต่อ ผู้ประกอบการซึ่งเป็้คลูกหนี้ต้องการดำเนินธุรกิจ ขยายธุรกิจ จะมีโอกาสน้อยลงในการซื้อทรัพย์สิน เช่น

วัตถุประสงค์และเครื่องจักร เพื่อประกอบธุรกิจ มีความเสี่ยงในทรัพย์สินด้านอื่นเข้ามาแทน และเพิ่มภาระในการหาหลักประกันอื่นเข้ามาค้ำประกันการชำระหนี้ อันจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม ของประเทศไทยต่อไปได้

บทสรุป

ความเป็นมาและสภาพปัญหาในการออกและใช้เช็คของประเทศไทยนั้นเริ่มมีการบัญญัติเช็คเป็นกฎหมายในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ 3 เอกเทศสัญญา ลักษณะ 21 ตั๋วเงิน หมวด 1 บทเบ็ดเสร็จทั่วไป มาตรา 898 อันตั๋วเงินตามความหมายแห่งประมวลกฎหมายนี้มีสามประเภทๆ หนึ่ง คือตั๋วแลกเงิน ประเภทหนึ่ง คือตั๋วสัญญาใช้เงิน ประเภทหนึ่ง คือเช็ค ต่อมาได้มีการกำหนดมาตรการเพื่อบังคับให้ผู้เช็คใช้เช็คโดยสุจริต และถูกต้องตรงตามความประสงค์ของกฎหมายในเรื่องเช็ค โดยการตราพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2497 ออกมาบังคับใช้เมื่อวันที่ 13 ตุลาคม 2497 และได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายฉบับนี้ โดยมีการออกประกาศของคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 196 ลงวันที่ 8 สิงหาคม 2515 เพื่อแก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 5 แห่ง พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2497 ออกเป็นพระราชบัญญัติ ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 เมื่อวันที่ 21 มิถุนายน 2565 คณะรัฐมนตรีมีมติอนุมัติหลักการร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 พ.ศ. ตามที่กระทรวงยุติธรรมเสนอหนังสือที่ ยธ 02007/2463 ลงวันที่ 29 เมษายน 2565 เรื่อง ร่างพระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 พ.ศ.... สาระสำคัญของร่างพระราชบัญญัติ คือ (1) ให้ยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 และ (2) พระราชบัญญัตินี้ให้ใช้บังคับเมื่อพ้นกำหนด 120 วันนับแต่วันประกาศในราชกิจจานุเบกษา เป็นต้นไป ตามเหตุผลที่กระทรวงยุติธรรมเสนอนั้น ดังนั้นเมื่อพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 ถูกยกเลิกทั้งฉบับแล้ว จะส่งผลให้การใช้เช็คไม่มีความรับผิดทางอาญาเป็นการเฉพาะแล้ว โดยคงเหลือกฎหมายความรับผิดว่าด้วยการใช้เช็คทางแพ่ง ตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ บรรพ 3 เอกเทศสัญญา ลักษณะ 21 ตั๋วเงิน หมวด 4 เช็ค ที่ใช้บังคับอยู่เท่านั้น ปัญหาจะที่จะเกิดขึ้นกับประชาชนผู้ประกอบการและผู้ทรงเช็ค ในเบื้องต้นคือ หากเป็นผู้ทรงเช็คที่ยังมีเช็คส่งจ่ายล่วงหน้าไว้ในครอบครองเมื่อถึงเวลาเรียกเก็บเงิน ธนาคารปฏิเสธการจ่ายเงินตามเช็ค ผู้ทรงเช็คจะดำเนินการฟ้องคดีแพ่งได้เท่านั้น แต่หากจะฟ้องคดีอาญารฐานข้อโกงต้องสืบพิสูจน์ให้ได้ว่าผู้ออกเช็คมีเจตนาทุจริตข้อโกงในการออกเช็คตามหลักประมวลกฎหมายอาญาว่าด้วยความผิดฐานข้อโกง และปัญหาต่อไปหากประชาชนผู้ประกอบการ จำเป็นต้องให้คู่ค้าซึ่งเป็นผู้สัญญาให้มีการค้ำประกันโดยตราสารจะต้องพิจารณาการรับตราสารเช็คค้ำประกัน

เปรียบเทียบความรับผิดทางอาญาอันเกิดจากการใช้เช็คระหว่าง พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 กับ ประมวลกฎหมายอาญาในความผิดฐานข้อโกง มีความเห็นว่า ความผิด

อาญาฐานฉ้อโกง ตามประมวลกฎหมายอาญามาตรา 341 มีองค์ประกอบความผิดเทียบเท่ากับพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 มาตรา 4 (1)(5) เท่านั้น ส่วน มาตรา 4 (2)(3)(4) นั้นไม่สามารถสืบพิสูจน์ความผิดทางอาญาฐานฉ้อโกงได้ อันมีผลจะทำให้เมื่อยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 ประชาชนผู้ประกอบธุรกิจซึ่งเป็นผู้ทรงเช็ค จะนำความผิดตาม มาตรา 4 (2)(3)(4) มาใช้อ้างดำเนินคดีอาญากับผู้ออกเช็คมิได้เช่นกัน และเปรียบเทียบกำหนดโทษจำคุกตามพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 มาตรา 4 นั้นผู้ออกเช็คมีความผิดต้องระวางโทษปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือจำคุกไม่เกินหนึ่งปี หรือทั้งปรับทั้งจำจะน้อยกว่าโทษจำคุกตามประมวลกฎหมายอาญาในความผิดฐานฉ้อโกงตามมาตรา 341 นั้น ผู้กระทำความผิดฐานฉ้อโกง ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินสามปี หรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

ดังนั้นเมื่อยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 แล้ว ย่อมเป็นผลดีต่อผู้ออกเช็คไม่ต้องรับผิดทางอาญาในการใช้เช็คประกอบธุรกิจการค้าหรือค้าประกันต่างๆ หากไม่มีเงินในบัญชีเพียงพอหรือเช็คเต็ม และเป็นผลให้องค์กรภาครัฐประหยัดงบประมาณด้านกระบวนการดำเนินคดีอาญาลงได้

ผลเสียเมื่อยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2534 ผู้ทรงเช็คซึ่งมีเช็คล่วงหน้าอยู่ในความครอบครองย่อมเสียเปรียบ เนื่องจากก่อให้เกิดผลกระทบต่อการประกอบธุรกิจการค้า อาจทำให้ขาดสภาพคล่องในการประกอบธุรกิจ เพราะเรียกร้องฟ้องคดีทางแพ่งให้ผู้ออกเช็คชำระหนี้ไม่ได้โดยเร็ว การฟ้องคดีความต่อศาลนั้น หากเกิดกรณีเช็คเต็ม ถูกปฏิเสธการใช้เงินจากธนาคาร ผู้ทรงเช็คซึ่งเป็นผู้เสียหายจะใช้วิธีถือเอาว่าผู้ออกเช็คมีเจตนาฉ้อโกงไว้ก่อน จึงนำไปฟ้องคดีอาญาหรือแจ้งความร้องทุกข์เป็นคดีอาญาฐานฉ้อโกงตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 341 ต่อผู้ออกเช็คไว้ก่อน แล้วค่อยสืบพิสูจน์เจตนาทุจริตกันในอนาคต เพื่อรักษาอายุความคดีอาญาฐานฉ้อโกง 3 เดือนไว้ เป็นการป้องกันไว้ก่อนเรียกให้ลูกหนี้รีบมาชำระหนี้ อันจะเป็นผลเสียต่อลูกหนี้เพิ่มมากยิ่งขึ้น เพราะลูกหนี้ผู้ออกเช็คจะถูกฟ้องดำเนินคดีอาญาฐานฉ้อโกงไว้ก่อนและต้องรับโทษมากขึ้น

ผลกระทบในการปรับตัวของประชาชนผู้ประกอบธุรกิจซึ่งเป็นผู้ทรงเช็คเมื่อยกเลิกกฎหมายความรับผิดจากการใช้เช็คที่มีโทษทางอาญาแล้ว ประชาชนผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งเป็นผู้ทรงเช็ค จะกำหนดให้คู่ค้าทางธุรกิจออกเช็คเป็นการประกันการชำระหนี้ คงจะต้องมีการปรับตัวขนานใหญ่ เพื่อปกป้องธุรกิจของตนเอง โดยเฉพาะธุรกิจขนาดใหญ่จะต้องค้นหาวิธีการในการปกป้องการดำเนินธุรกิจการค้าของตนเอง อาจมีการให้สินเชื่อน้อยลง ค่าขายแบบจ่ายค่าสินค้าทันที หรือเรียกหลักประกันประเภทอื่นๆ มากขึ้น เช่น เรียกให้มีการจำนอง จำน่า หรือหาคนมาค้ำประกันเพื่อเป็นหลักประกันเพิ่มมากขึ้น จะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการที่เป็นลูกหนี้ต้องการดำเนินธุรกิจ ขยายธุรกิจ จะมีโอกาสน้อยลงในการซื้อทรัพย์สิน เช่น วัตถุดิบและเครื่องจักร เพื่อประกอบธุรกิจ มีความเสี่ยงในทรัพย์สินด้านอื่นเข้ามาแทน และเพิ่มภาระในการ

หาหลักประกันอื่นเข้ามาค้ำประกันการชำระหนี้ อันจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม ของประเทศไทยต่อไปด้วย

บรรณานุกรม

นิติพร ตันวิไลย. การยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534, (24

กรกฎาคม 2565) สืบค้นจาก <http://web.krisdika.go.th/pdfPage.jsp?type=act&actCode=84>.

บรรหาร กำลา (2555). บทวิเคราะห์ความเหมาะสมในการใช้โทษทางอาญากับความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค.

วารจลนิตี สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา (2),165.

ราชกิจจานุเบกษา. ประมวลกฎหมายอาญา, เล่ม 73/ตอนที่ 95/ฉบับพิเศษ หน้า 1/15 พฤศจิกายน 2499

ราชกิจจานุเบกษา. พระราชบัญญัติ ให้ใช้บทบัญญัติบรรพ 1 แห่งประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ที่ได้

ตรวจชำระใหม่ พ.ศ.2535, เล่ม 169/ตอนที่ 42/หน้า 1/8 เมษายน 2535

ราชกิจจานุเบกษา. พระราชบัญญัติ ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ. 2497, เล่มที่ 71 ตอนที่ 1467

ราชกิจจานุเบกษา. พระราชบัญญัติ ว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534, เล่ม 108/ตอนที่ 149/ฉบับพิเศษ หน้า 1/27 สิงหาคม 2534

ศาลฎีกา. คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 3961/2560 : (9 พฤศจิกายน 2565) สืบค้นจาก

<http://deka.supremecourt.or.th/search>

สำนักงานปลัดกระทรวงยุติธรรม. หนังสือที่ ยธ 02007/2463 ลงวันที่ 29 เมษายน 2565 เรื่อง ร่าง

พระราชบัญญัติยกเลิกพระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค พ.ศ.2534 พ.ศ....

(30 ตุลาคม 2565). สืบค้นจาก <https://www.moj.go.th/view/72652>

สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. เรื่องเข้าใหม่ (สาย กรม.) (ยธ ๐๒๐๐๗/๔๓๖๓), (29 กันยายน 2565).

สืบค้นจาก https://resolution.soc.go.th/PDF_UPLOAD/2565/P_406639_21.pdf.

สุภาวดี เต็มเต็มทรัพย์ (2549). ความผิดอันเกิดจากการใช้เช็ค : ศึกษามาตรการที่ทำให้การใช้เช็คได้รับความ

น่าเชื่อถือ. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,

กรุงเทพฯ

สุรศักดิ์ ลิขสิทธิ์วัฒนกุล. (2559). คำอธิบายความผิดเกี่ยวกับทรัพย์ ตามประมวลกฎหมายอาญา.

พิมพ์ครั้งที่6. กรุงเทพฯ : วิญชน.

สหธน รัตนไพจิตร (2554). ตัวเงิน. พิมพ์ครั้งที่ 8 กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เดือนตุลา.

**ภาวะผู้นำแบบบริกรกับประสิทธิผลการปฏิบัติงาน
ของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง¹**
SERVANT LEADERSHIP AND PERFORMANCE EFFECTIVENESS OF THE POLICE OFFICER
IN THE DEPARTMENT OF DEFENSE AND SUPPRESSION THUNG SONG HONG
POLICE STATION

ปิยะ ปฤษณารุณ(Piya Pritsanaroon)²
อุษณี มงคลพิทักษ์สุข (Usanee Mongkolpitaksuk)³
บัณฑิต โชติวิริยะกุล (Bandit Shovityakool)³

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ภาวะผู้นำแบบบริกร 2) ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน 3) อิทธิพลภาวะผู้นำแบบบริกรกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 85 คน ทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ค่าเฉลี่ยของภาวะผู้นำแบบบริกร และประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง อยู่ในระดับมาก ($M. = 3.62, SD = .625$; $M. = 3.77, SD = .565$) ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภาวะผู้นำแบบบริกรด้านความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน และการให้อำนาจแก่ผู้ตาม สามารถพยากรณ์ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ ได้ร้อยละ 58.20 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำแบบบริกร/ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

Abstract

This article aimed to study 1) servant leadership 2) performance effectiveness 3) the effect of servant leadership on performance effectiveness of police officers in the department of defense and suppression, Thung Song Hong police station. The sample were 85 officers. Hypothesis was analyzed by the multiple regression. The results found that the mean of servant leadership and performance effectiveness of police officers in the department of defense and suppression were high level ($M. = 3.62, SD .625$; $M. = 3.77, SD .565$). The result of the hypothesis showed that servant leadership, politeness and humility and empowering the followers, can be predicted performance effectiveness of the police officers. The overall R^2 was .512 at statistically significant level.05.

Keyword: Visionary Leadership / Performance Effectiveness

¹บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของสารนิพนธ์เรื่อง ภาวะผู้นำแบบบริกรกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ ฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง¹

²นักศึกษาลัทธิสุตวรรษวิภาคศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

³อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

บทนำ

ด้วยสถานการณ์การปัจจุบันที่โลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดเวลา และนับวันจะเพิ่มความซับซ้อนรุนแรงมากขึ้น เกินความสามารถในการคาดการณ์หรือทำนายได้ ผู้นำองค์กรในทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชนจึงต้องไวต่อการรับรู้ และปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงทั้งหลาย เพื่อความอยู่รอดขององค์กร ผู้บังคับบัญชาสถานีดำรวจนครบาลทั้งสองห้องก็เช่นกัน จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวางยุทธศาสตร์การบริหารให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน เพื่อขับเคลื่อนสถานีดำรวจนครบาลทั้งสองห้องให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ซึ่งการทำเช่นนั้นได้ผู้บังคับบัญชาสถานีดำรวจนครบาลทั้งสองห้อง ต้องมีกระบวนการทัศน์ด้านภาวะผู้นำแตกต่างไปจากในอดีต สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (1990) กล่าวว่าหากสถานการณ์ของโลกคงที่เช่นเดิมล้าฬังการมีทักษะการบริหารจัดการน่าจะเพียงพอต่อการทำให้องค์กรเจริญก้าวหน้าได้ แต่ภายใต้สภาวะการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตลอดเวลาเช่นปัจจุบัน คุณสมบัติของผู้ในยุคใหม่ควรเป็นผู้ใช้การนำ (Lead) ควบคู่ไปกับการจัดการ (Manage) ได้อย่างเหมาะสมตามสถานการณ์ (อุษณี มงคลพิทักษ์สุข, 2557)

ภาวะผู้นำแบบบริกร (Servant Leadership) ถือเป็นภาวะผู้นำตามความคิดแนวใหม่ อันสอดคล้องกับสภาวะการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกในปัจจุบัน เพราะกระบวนการที่ผู้นำใช้อิทธิพลต่อผู้ร่วมงานและผู้ใต้บังคับบัญชา จะกระทำผ่านการเห็นถึงความสำคัญของผู้ตาม เริ่มจากความรักอย่างบริสุทธิ์และความรู้สึกที่เป็นไปตามธรรมชาติของผู้นำที่ต้องการจะรับใช้ผู้ตามก่อน ผู้นำจะอุทิศตนเพื่อพัฒนาผู้ตาม ด้วยการรับฟังและให้การยอมรับความคิดเห็นผู้ตาม ผู้นำจะพยายามสุดความสามารถเพื่อที่จะตอบสนองความต้องการของผู้ตาม จะไม่บังคับให้ผู้ตามกระทำตามความต้องการของตน จะรักษาคำพูด ซื่อสัตย์ต่อผู้ตาม และผู้นำจะตัดสินใจบนพื้นฐานของผลประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตัว

ในฐานะผู้บังคับบัญชาสถานีดำรวจนครบาลทั้งสองห้อง ที่มีกำลังพลปฏิบัติงานร่วมกันในหน่วยงานตามสายงานต่างๆ ตั้งแต่ชั้นประทวนถึงชั้นสัญญาบัตร ทุกสายงานล้วนมีหน้าที่รับผิดชอบต่อองค์กรแตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะสายป้องกันและปราบปราม ที่มีหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนโดยตรง บทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบของสายงานป้องกันปราบปรามจึงเกี่ยวข้องกับ การป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม โดยปฏิบัติหน้าที่อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างไปพร้อมกัน เช่น ตรวจตรา ตรวจท้องที่ ลาดตระเวนในพื้นที่รับผิดชอบ ระวังแก้ไขก่อน มีการกระทำผิดที่อาจก่อให้เกิดเหตุร้ายหรือเหตุรุนแรงขึ้น การปราบปรามเมื่อเกิดการกระทำผิดร้ายแรงหรือเกิดเหตุรุนแรง การจับกุมผู้กระทำผิด นอกจากนี้ยังมีหน้าที่เกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือและบริการแก่ประชาชน เช่น ให้ความช่วยเหลือผู้ประสบอุบัติเหตุหรืออุบัติเหตุ ให้คำแนะนำข่าวสารหรือข้อมูลแก่ประชาชน เพื่อประโยชน์ในการป้องกันตนเองและช่วยเหลือทางราชการในทางป้องกันปราบปราม เป็นต้น ฉะนั้นภาวะผู้นำแบบบริกรของผู้บังคับบัญชาสถานีดำรวจนครบาลทั้งสองห้อง จึงมีความสำคัญต่อการปฏิบัติ

หน้าที่ของกำลังพลสายป้องกันและปราบปราม ทั้งในด้านการอำนวยความสะดวก การให้อำนาจ การไว้ใจ และเป็นแบบอย่างในการปฏิบัติตนของผู้บังคับบัญชา

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจที่จะศึกษาภาวะผู้นำแบบบริการของผู้บังคับบัญชาสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้องว่าอยู่ในระดับใด และภาวะผู้นำแบบบริการมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลของการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ ฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้องมากน้อยเพียงใด เพื่อให้ผู้บังคับบัญชาสามารถนำผลที่ได้ไปปรับใช้ในการพัฒนาภาวะผู้นำของตนในการเสริมสร้างประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจและองค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำแบบบริการของผู้บังคับบัญชาข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง
2. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลภาวะผู้นำแบบบริการกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีกลุ่มตัวอย่างจากข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง จำนวน 85 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดภาวะผู้นำแบบบริการ

จากแนวคิดของนักวิชาการเกี่ยวกับทฤษฎีภาวะผู้นำแบบบริการนั้น ส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกัน เพียงแต่จะมีองค์ประกอบน้อยแตกต่างกันไป ตามการให้ความสำคัญของคุณลักษณะผู้นำแบบบริการ ส่วนใหญ่นักวิชาการได้อธิบายถึง คุณลักษณะของภาวะผู้นำแบบบริการคือ เน้นด้านคุณธรรมอย่างเข้มแข็ง เน้นการรับใช้และการนำไปพร้อม ๆ กัน ความเชื่อและไว้ใจ ความเป็นธรรม และความยุติธรรม ฐานะที่เป็นสื่อกลางไปสู่การสร้างพฤติกรรมความเป็นบุคลากรที่มีผลิตภาพสูงขององค์กร เน้นคุณค่าทางด้านความเห็นอกเห็นใจ และความสามารถทั่วไป ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้เลือกใช้แนวคิดภาวะผู้นำแบบ บริการของ Patterson (2003 อ้างถึงใน ไพโรจน์ ญัตติอักษรวงศ์, 2559) เนื่องจากมีองค์ประกอบ

ของผู้นำแบบบริกร สอดคล้องเหมาะสมกับบทบาทอำนาจหน้าที่ของผู้บัญชาการสถานีตำรวจ ที่ประกอบด้วย 1) ด้านความรักอย่างบริสุทธิ์ใจ 2) ความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน 3) การเห็นแก่ประโยชน์ของผู้อื่น 4) การมีวิสัยทัศน์ 5) การไว้วางใจ 6) การให้บริการ 7) การให้อำนาจแก่ผู้ตาม

แนวคิดประสิทธิผลการปฏิบัติงาน

จากแนวคิดเรื่องประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ได้มีนักวิชาการและผู้ศึกษาเป็นจำนวนมากให้ความหมายที่แตกต่างกันออกไปตามมุมมองและความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขา ผู้ศึกษาสามารถสรุปแนวคิดและความหมายของประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ได้ดังนี้ ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน หมายถึงความสามารถในการดำเนินงาน โดยการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ จนเกิดผลสำเร็จบรรลุตาม เป้าหมายต่าง ๆ ที่องค์การกำหนดไว้ (Zamuto, 1982 อ้างถึงในสุชาติ ตริไชย, 2562; -กันตยา เพิ่มผล, 2550 อ้างถึงในเฉลิม สุขเจริญ, 2557; วสุภรณ์ วงศ์กรชาวลิต, 2560) ผลที่ได้ทั้งในเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ เช่น ความมีคุณค่า มีความถูกต้อง เกิดความ เหมาะสมดีกับงาน อีกทั้งตรงกับความคาดหวังและความต้องการของกลุ่มและสังคม และสามารถที่จะ ให้ผู้อื่นนำผลที่ได้ไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ (วชิรวรร งามละม่อม, 2563; เฉลิม สุขเจริญ, 2557; พัชรพล แสงพุ่ม; 2557; Gibson and Others 1988 อ้างถึงในสุพัตรา จุณณะปิยะ, 2561) โดยประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม ประกอบด้วย 3 ด้าน 1) การตรวจตราท้องที่ 2) การใช้ระบบป้อมยาม 3) การตั้งจุดตรวจค้น

สมมติฐานการศึกษา

ผู้ศึกษากำหนดสมมติฐานการศึกษา ดังนี้ ภาวะผู้นำแบบบริกรมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง

สมมติฐานย่อยที่ 1 ภาวะผู้นำแบบบริกรด้านความรักอย่างบริสุทธิ์ใจมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง

สมมติฐานย่อยที่ 2 ภาวะผู้นำแบบบริกรด้านความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง

สมมติฐานย่อยที่ 3 ภาวะผู้นำแบบบริกรด้านการเห็นแก่ประโยชน์ของผู้อื่น มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง

สมมติฐานย่อยที่ 4 ภาวะผู้นำแบบบริกรด้านการมีวิสัยทัศน์มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง

สมมติฐานย่อยที่ 5 ภาวะผู้นำแบบบริกรด้านการไว้วางใจ มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง

สมมติฐานย่อยที่ 6 ภาวะผู้นำแบบบริกรด้านการให้บริการ มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง

สมมติฐานย่อยที่ 7 ภาวะผู้นำแบบบริการด้านการให้อำนาจแก่ผู้ตาม มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง

ผลการศึกษา

1. ภาวะผู้นำแบบบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.62$) เรียงตามลำดับได้ดังนี้ การให้อำนาจแก่ผู้ตาม ($M=3.71$) ความรักอย่างบริสุทธิ์ใจ ($M = 3.67$) การไว้ใจ ($M = 3.63$) ความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน ($M = 3.62$) การเห็นแก่ประโยชน์ของผู้อื่น ($M = 3.62$) การให้บริการ ($M = 3.62$) และการมีวิสัยทัศน์ ($M = 3.50$)

ตารางที่ 1 ภาวะผู้นำแบบบริการ

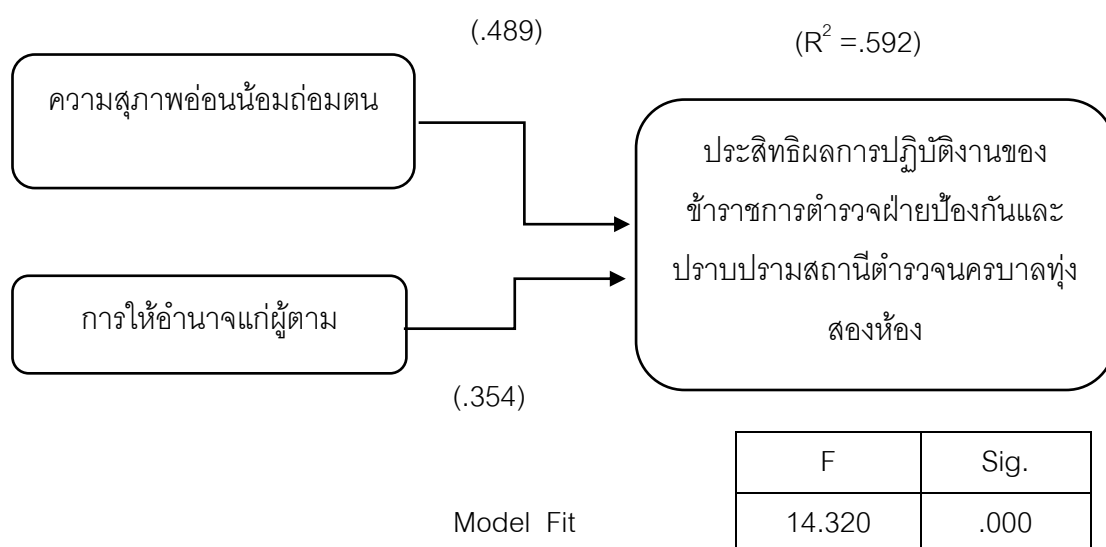
ภาวะผู้นำแบบบริการ	M	SD	ลำดับ
1. ความรักอย่างบริสุทธิ์ใจ	3.67	.731	2
2. ความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน	3.62	.613	4
3. การเห็นแก่ประโยชน์ของผู้อื่น	3.62	.754	4
4. การมีวิสัยทัศน์	3.50	.648	5
5. การไว้ใจ	3.63	.734	3
6. การให้บริการ	3.62	.727	4
7. การให้อำนาจแก่ผู้ตาม	3.71	.668	1
รวม	3.62	.625	มาก

2. ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจสายงานป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M= 3.77$) โดยด้านการตรวจตราห้องที่มีค่าเฉลี่ยสูงมากเท่ากับการตั้งจุดตรวจค้น ($M = 3.81$) ส่วนด้านการใช้ระบบป้อมยาม มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($M = 3.69$)

ตารางที่ 2 ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน	M	SD	ลำดับ
ด้านการตรวจตราห้องที่	3.81	.620	1
ด้านการใช้ระบบป้อมยาม	3.69	.825	3
ด้านการตั้งจุดตรวจค้น	3.81	.603	2
รวม	3.77	.565	มาก

3. อิทธิพลภาวะผู้นำแบบบริการต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง พบว่า ภาวะผู้นำแบบบริการมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปรามสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง โดยตัวแปรความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน และการให้อำนาจแก่ผู้ตาม มีส่วนช่วยพยากรณ์ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปรามสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง ได้ร้อยละ 59.20 ส่วนความรักอย่างบริสุทธิ์ใจ การเห็นแก่ประโยชน์ของผู้อื่น การมีวิสัยทัศน์ การไว้วางใจ และการให้บริการ ไม่สามารถนำมาใช้พยากรณ์ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปรามสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง จึงปฏิเสธสมมติฐานย่อยที่ 1, 3, 4, 5, 6 สามารถแสดงภาพตัวแบบการถดถอยพหุคูณ ได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 ตัวแบบการถดถอยพหุคูณของภาวะผู้นำแบบบริการกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปรามสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง

อภิปรายผล

1. ภาวะผู้นำแบบบริการ

จากการศึกษาระดับภาวะผู้นำแบบบริการ ตามแนวคิดของ Patterson (2003) โดยรวมอยู่ในระดับมาก (M = 3.62) สอดคล้องกับผลการศึกษาของอมรา กาฬสมุทร (2565) ธนบดี ศรีโคตร (2562) คมกฤษ ประการะสังข์ (2559) และเกรียงไกร ยั่งยืน (2559) ด้วยผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้องมีพฤติกรรมทำให้บริการคนอื่นมีความสุขอ่อนน้อมถ่อมตน โดยใช้อำนาจทางศีลธรรมกระตุ้นให้เกิดความร่วมมือร่วมใจ ความไว้วางใจซึ่งกันและกัน และมอบอำนาจแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อนำไปสู่การบรรลุ

เป้าหมายร่วมกันขององค์การ นอกจากนี้ ตำแหน่งผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง ต้องผ่านการฝึกอบรมหลักสูตรผู้กำกับการหัวหน้าสถานีตำรวจ ตามที่คณะกรรมการข้าราชการตำรวจกำหนดโดยตำแหน่งผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลนั้น แต่งตั้งโดยผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ ซึ่งคัดเลือกจากประวัติการรับราชการยศพันตำรวจโท ทำงานในตำแหน่งรองผู้กำกับการสถานีตำรวจอย่างน้อย 4 ปี มีความประพฤติปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดีอยู่ภายในกรอบและกฎระเบียบ มีความอดทน อดกลั้น เสียสละ มีคุณธรรม จริยธรรม และเมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยภาวะผู้นำเชิงวิสัยทัศน์ ทั้ง 7 ด้าน สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ด้านการให้อำนาจแก่ผู้ตาม ผลการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับมาก ($M=3.71$) เนื่องด้วยผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง ได้พัฒนาศักยภาพความเป็นผู้นำของผู้ใต้บังคับบัญชาผ่านโครงการฝึกอบรมหลักสูตร “ผู้นำยุคใหม่” สำหรับข้าราชการพลเรือนระดับชำนาญการ ระดับชำนาญการพิเศษ ระดับอาวุโส ข้าราชการตำรวจระดับสารวัตร เพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมยึดมั่นในคุณธรรม เป็นแบบอย่างที่ดีของข้าราชการ เป็นผู้มีความคิดกว้างไกลมีสมรรถนะและขีดความสามารถพร้อมที่จะก้าวขึ้นเป็นนักบริหารที่ดีต่อไป นอกจากนี้ ผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง ยังส่งเสริมความรู้ ความสามารถในการบริหารจัดการ และการดำเนินงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างต่อเนื่อง มีการสร้างเครือข่ายในการทำงานร่วมกันระหว่างส่วนราชการ และทั้งยังฝึกให้ตัดสินใจในงานที่มีความรับผิดชอบที่สูงขึ้น ด้วยการมอบอำนาจให้ทำที่จำเป็นตามตำแหน่งงานในองค์การอย่างอิสระ หรือสนับสนุนให้ไปช่วยงานที่มีความรับผิดชอบ ที่สูงขึ้น เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ใต้บังคับบัญชา สอดคล้องกับผลการศึกษาของธนบดี ศรีโคตร (2562) พบว่า ภาวะผู้นำแบบบริการด้านการให้อำนาจแก่ผู้ตาม มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

2. ด้านความรักอย่างบริสุทธิ์ใจ ผลการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับมาก ($M = 3.67$) เนื่องด้วยความรักอย่างบริสุทธิ์ใจมีความเกี่ยวข้องกับการให้เกียรติ การให้ความสำคัญ และการมอบความห่วงใย ผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งคุณลักษณะดังกล่าวมีความสอดคล้องกับผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง ที่มักให้เกียรติและให้ความเป็นกันเองกับข้าราชการตำรวจที่เป็นผู้ใต้บังคับบัญชาทุกระดับชั้นอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งมีการให้กำลังใจเมื่อข้าราชการตำรวจมีผลการทำงานที่ดี และให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนแก่ข้าราชการตำรวจที่ยังทำงานไม่ประสบผลสำเร็จ ส่วนการแสดงถึงความรักอย่างบริสุทธิ์ใจที่ไม่เกี่ยวข้องกับการทำงาน และปรากฏอย่างเป็นรูปธรรมชัดเจนคือ การมอบเครื่องอุปโภคบริโภค อาทิ ข้าวสาร ไข่ไก่ สนับสนุนโครงการอาหาร 3 มื้อ เพื่อเป็นขวัญกำลังใจและลดค่าใช้จ่ายในการครองชีพแก่ข้าราชการตำรวจทุกคน ซึ่งการกระทำเช่นนี้ทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชารับรู้ถึงความห่วงใยและความเอาใจใส่ ของผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้องในระดับมาก สอดคล้องกับผลการศึกษาของเกรียงไกร ยิ่งยง (2559) พบว่า ภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้ด้านความรักอย่างบริสุทธิ์ใจ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากเช่นกัน

3. ด้านการไว้วางใจ ผลการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับมาก ($M = 3.63$) เนื่องด้วยผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง มีความไว้วางใจและเชื่อใจว่าข้าราชการตำรวจที่ปฏิบัติงานนั้น มีความสามารถ

ทั้งในด้านงานและการรักษาความลับเป็นอย่างดี โดยเฉพาะหน้าที่ของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม ที่มักต้องทำงานภายใต้สิ่งล่อใจต่างๆ เช่น การล่อซื้อยาเสพติด การจับกุมสิ่งของผิดกฎหมาย แต่ด้วยความไว้วางใจที่ผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้องมีต่อผู้ใต้บังคับบัญชา ภายใต้กรอบแนวคิดการทำงานที่ว่า ผู้ใต้บังคับบัญชาจะอยู่เหนือการทุจริต จึงเป็นผลทำให้ข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สามารถจับกุมผู้ค้ายาเสพติดในพื้นที่มิให้ไหวตัวและหลบหนีไปได้ นอกจากนี้แล้ว ผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง ยังเป็นผู้เปิดใจรับฟังข้อมูลทั้งด้านดีและด้านไม่ดีจากผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อที่จะได้รับทราบข้อมูลและนำมาแก้ไข ปรับปรุงวิธีการทำงานร่วมกัน จนทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชามีความมุ่งมั่นที่ดีต่อองค์กร สอดคล้องกับผลการศึกษาของเกรียงไกร ยิ่งยง (2559) และอมรา กาฬสมุทร (2565) พบว่า ภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้ด้านการไว้วางใจ อยู่ในระดับมาก

4. ความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน ผลการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับมาก ($M = 3.62$) เนื่องด้วยผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง มักกล่าวว่าความสำเร็จขององค์กรเกิดจากข้าราชการตำรวจทุกคนมากกว่าเกิดจากตนเอง ประกอบกับการเป็นคนสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน มุ่งความสนใจไปที่ความสำเร็จของส่วนรวมเป็นหลัก ทำให้ผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง มักแสดงความรู้สึกภาคภูมิใจ และกล่าวชื่นชมข้าราชการตำรวจงานป้องกันปราบปรามอยู่เสมอ โดยวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2565 ที่ผ่านมา ผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้องยังมีการมอบรางวัลแก่ข้าราชการตำรวจสายงานป้องกันปราบปรามที่ปฏิบัติหน้าที่ดีเด่น ด้วยความเสียสละ อดทน จำนวน 64 นาย ทั้งนี้ เพื่อเป็นขวัญและกำลังใจให้แก่ข้าราชการตำรวจผู้ปฏิบัติงานทุกคนว่า ความสำเร็จขององค์กรมีอาจเกิดได้หากไม่ได้มาจากความร่วมมือกันข้าราชการตำรวจระดับชั้นต่าง ๆ สอดคล้องกับผลการศึกษาของคมกฤษ ประการะสังข์ (2559) พบว่า ภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้ ด้านความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

5. ด้านการเห็นแก่ประโยชน์ของผู้อื่น ผลการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับมาก ($M = 3.62$) เนื่องด้วยผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง เป็นผู้ที่มีความยินดีอุทิศแรงกายแรงใจเพื่อประโยชน์ของสถานีพร้อมยอมเสียสละผลประโยชน์ส่วนตนเพื่อผลประโยชน์ส่วนรวม โดยไม่หวังผลตอบแทน สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ปรากฏอย่างชัดเจน คือ ผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง ไม่ใช้อำนาจหน้าที่สั่งหักเงินเบี่ยเลี้ยงจากข้าราชการตำรวจชั้นผู้น้อย เพื่อผลประโยชน์ของตนเพียงผู้เดียว นอกจากนี้ ผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้องยังมีความยินดีที่จะให้ความช่วยเหลือผู้อื่น หากผู้ใต้บังคับบัญชามีปัญหาทั้งจากการทำงานและชีวิตส่วนตัว ก็พร้อมให้คำปรึกษาอย่างจริงใจเสมอ สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุพรรณนิภา นามกันยา (2559) พบว่า ภาวะผู้นำแบบใฝ่บริการด้านการเห็นแก่ประโยชน์ของผู้อื่น มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

6. ด้านการให้บริการ ผลการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับมาก ($M = 3.62$) เนื่องด้วยผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง เป็นผู้ที่มีทัศนคติหรือค่านิยมที่มุ่งเน้นถึงความรับผิดชอบต่อผู้อื่น และเป็นแบบอย่างที่ดีในการให้บริการทั้งด้านจิตใจและด้านพฤติกรรม ด้วยตระหนักว่าการให้บริการผู้อื่นเป็นสิ่ง

สำคัญ โดยเฉพาะประชาชนในเขตหน้าที่ความรับผิดชอบ ด้วยเหตุนี้ ผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้องจึงจัดตั้งโครงการขับเคลื่อนไทย (Strong Together) โดยผู้กำกับการสถานีตำรวจทุ่งสองห้องร่วมกับข้าราชการตำรวจ ลงพื้นที่ชุมชนพัชรภา แขวงตลาดบางเขน เขตหลักสี่ ตามโครงการ RTP Cyber village ให้ความรู้ชุมชน เกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีทางด้านสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการปฏิบัติงานและเป็นการสื่อสารกันระหว่างข้าราชการตำรวจกับประชาชนโดยนำ Platform ทางด้านสื่อสังคมออนไลน์ซึ่งเป็นที่ยอมรับของประชาชนทั่วไป ได้แก่ Line, Facebook, Youtube, Google และ Clubhouse มาใช้เป็นตัวกลางในการสื่อสารระหว่างข้าราชการตำรวจ และประชาชนในการแก้ไขปัญหาและป้องกันปราบปรามอาชญากรรมในชุมชน เช่น ปัญหายาเสพติด ปัญหาอาชญากรรม ความหวาดกลัวภัย อันตรายจากอาชญากรรม เป็นต้น สถานีตำรวจทุ่งสองห้องได้ร่วมกับชุมชนจัดทำเฟซบุ๊กเพจ Cyber village ชุมชนพัชรภา ไว้สำหรับประสานงานข้าราชการตำรวจสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้องในการ แจ้งเบาะแส เผยแพร่กิจกรรมของคนในชุมชน สะดวก รวดเร็วในการป้องกันอาชญากรรม ในความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และช่วยตำรวจให้สามารถเข้าไปช่วยเหลือ แก้ไขสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็วฉับพลันทันทีที่สอดคล้องกับผลการศึกษาคณะอมรา กาฬสมุท (2565) พบว่า ภาวะผู้นำแบบใฝ่บริการด้านการให้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

7. ด้านการมีวิสัยทัศน์ ผลการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับมาก ($M = 3.50$) ผลการศึกษาพบว่า ผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้องไม่เพียงแต่เป็นผู้มีวิสัยทัศน์ และมีความมุ่งมั่นในการนำทีมงานให้บรรลุถึงเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตามวิสัยทัศน์เท่านั้น หากแต่ยังสนับสนุนข้าราชการตำรวจให้มีส่วนร่วมเพื่อกำหนดและพัฒnavิสัยทัศน์ภายในองค์กร เช่น การจัดประชุมรับฟังความคิดเห็น หรือ จัดทำแบบสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากข้าราชการตำรวจทุกคน เพื่อกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่รัดกุม ชัดเจน สามารถนำไปใช้ประกอบจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี นอกจากนี้ ผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้องยังมีความสามารถในการอธิบายวิสัยทัศน์ขององค์กรให้กับข้าราชการตำรวจได้เข้าใจ เพื่อนำไปใช้ปฏิบัติงานอย่างถูกต้องและเหมาะสม สอดคล้องกับผลการศึกษาของจิรวรรณ เล่งพาณิชย์ (2557) พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาชั้นพื้นฐานมีระดับการแสดงผลภาวะผู้นำแบบใฝ่บริการ ด้านการมีวิสัยทัศน์มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก

2. ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

จากผลการศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง จำนวน 3 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการตรวจตราท้องที่ ด้านการใช้ระบบป้อมยาม และด้านการตั้งจุดตรวจค้น ที่อยู่ในระดับมาก พบว่าสอดคล้องกับผลการศึกษาของชนภัทร สุขสวัสดิ์ (2556) ที่พบว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.77$) เช่นกัน อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยตามรายด้าน พบว่า ด้านการตรวจตราท้องที่ และ

ด้านการตั้งจุดตรวจค้น มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($M = 3.81$) และค่อนข้างแตกต่างจากด้านการใช้ระบบป้อมยาม ($M = 3.69$) สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. ด้านการตรวจตราท้องที่ ผลการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับมาก ($M = 3.81$) เนื่องจากข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปรามสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง ได้ให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมในการใช้กำลังและยานพาหนะที่เหมาะสมตามสภาพท้องที่ พร้อมกับมีอุปกรณ์สื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และเพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ในพื้นที่ที่รับผิดชอบจำนวนทั้งหมด 23.795 ตารางกิโลเมตรเกิดประสิทธิผล สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้องจึงแบ่งเขตความรับผิดชอบออกเป็นเขตย่อยอีก 6 เขตตรวจและจัดสายตรวจรถยนต์และรถจักรยานยนต์ ออกตรวจตราในเขตพื้นที่รับผิดชอบตลอด 24 ชั่วโมง โดยแบ่งเป็น 3 ผลัด ผลัดละ 8 ชั่วโมง ผลัดที่ 1 เวลา 00.01-08.00 น. ผลัดที่ 2 เวลา 08.00-16.00 น. ผลัดที่ 3 เวลา 16.00-24.00 น. แต่ละผลัดประกอบด้วย รถยนต์สายตรวจ 1 คัน มีสายงานปฏิบัติการป้องกันปราบปรามทำหน้าที่หัวหน้าสายตรวจ รองสายงานปฏิบัติการป้องกันปราบปรามเป็นผู้ช่วย พลขับ 1 นาย สายตรวจรถจักรยานยนต์ 6 คัน รวมกำลังพล 14 นายต่อผลัด ทั้งยังจัดสายตรวจเดินเท้า และยามจุดประจำในพื้นที่ล่อแหลมต่อการเกิดอาชญากรรมในช่วงเวลา 09.00-18.00 น. ของทุกวัน (เว้นวันอาทิตย์) สำหรับกำลังที่ใช้จะปรับเปลี่ยนไปตามสถานภาพอาชญากรรม และจัดสายตรวจออกตรวจเสริมการปฏิบัติของสายตรวจปกติเป็นกรณีพิเศษ เมื่อเกิดสถานการณ์เกี่ยวกับอาชญากรรมที่มีความรุนแรงและมีความถี่ในการเกิดขึ้นสูง จนทำให้ประชาชนโดยทั่วไปเกิดความไม่มั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน อาทิ การเกิดคดีชิงทรัพย์ สถานีบริการน้ำมัน และร้านสะดวกซื้อ 24 ชั่วโมง เป็นต้น ผลการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สอดคล้องกับชนภัทร สุขสวัสดิ์ (2556) พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจด้านการตรวจตราท้องที่ โดยรวมอยู่ระดับสูง

2. ด้านการตั้งจุดตรวจค้น ผลการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับมาก ($M = 3.81$) เนื่องจากข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง นำมาตรการตั้งจุดตรวจ ประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ตำรวจชั้น 2 สัญญาบัตร 1 นาย และชั้นประทวน 6-8 นาย เพื่อกวดขันวินัยจราจร ตรวจวัดแอลกอฮอล์ ตรวจวัดมลพิษทางอากาศ ด้านอาชญากรรม ฯลฯ โดยการตั้งจุดตรวจค้นประจำหรือชั่วคราว เพื่อควบคุมดูแลพื้นที่ตามเส้นทางคมนาคมในพื้นที่รับผิดชอบ จะมีมาตรฐานเดียวกันและนำเทคโนโลยีมาใช้ อาทิ ด้านตรวจแอลกอฮอล์ จากเดิมเคยมีปัญหา ร้องเรียนต่าง ๆ ได้แก้ไขปัญหา โดยจัดให้มีกล้องบันทึกภาพแบบเรียลไทม์ประจำจุดเพื่อการยืนยันผล นอกจากนี้ยังมีป้ายแสดงข้อความ หากต้องการร้องเรียนก็มีการระบุสายด่วนตำรวจ 1599 และหมายเลขโทรศัพท์ผู้กำกับการ สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้องอย่างชัดเจน สอดคล้องกับผลงานการศึกษาของชนภัทร สุขสวัสดิ์ (2556) พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติ ด้านการตั้งจุดตรวจค้น โดยรวมอยู่ระดับสูง

3. ด้านการใช้ระบบป้อมยาม ผลการศึกษาพบว่าอยู่ในระดับมาก ($M = 3.69$) เนื่องด้วยวัตถุประสงค์สำคัญของการใช้ระบบป้อมยาม คือ สร้างความอบอุ่นใจให้แก่ประชาชนโดยการดูแลรักษาความสงบเรียบร้อย ดังนั้น ผู้กำกับสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง จึงจัดให้มีเจ้าหน้าที่ตำรวจประจำจุดอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้บริการแก่ประชาชนอย่างทันทั่วทั้งที่ พร้อมกับมีอุปกรณ์การสื่อสารพร้อมใช้งานในการขอกำลังสนับสนุนเมื่อเกิดเหตุต่าง ๆ ได้ จากการดำเนินการ ป้องกันอาชญากรรมดังกล่าว จึงเป็นผลให้สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้องเป็นสายตรวจที่มีความพร้อมในด้านการบริการประชาชน และการป้องกันปราบปรามอาชญากรรม มีการออกปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจ โดยการตั้งจุด ตรวจ ว.43 ตามจุดที่ทางบก.น.2 กำหนดให้และตั้งจุดตรวจเคลื่อนที่ตามความเหมาะสมของสภาพอาชญากรรมในเขตพื้นที่รับผิดชอบ สอดคล้องกับผลงานการศึกษาของชนภัทร สุขสวัสดิ์ (2556) พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานด้านการใช้ระบบป้อมยาม โดยรวมอยู่ระดับสูง

3. อิทธิพลภาวะผู้นำแบบบริการต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภาวะผู้นำแบบบริการมีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง ได้ร้อยละ 59.20 สอดคล้องกับผลการศึกษาของคมกฤษ ประการะสังข์ (2559) ธนบดี ศรีโคตร (2562) และสุพรรณนิภา นามกันยา (2559) โดยมีความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน และการให้อำนาจแก่ผู้ตาม เป็นตัวแปรสำคัญที่ร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ ฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 สาเหตุสำคัญสืบเนื่องมาจาก ผู้กำกับสถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง เป็นผู้ที่มุ่งความสนใจไปที่ความสำเร็จของส่วนรวม มักชื่นชมและสร้างขวัญกำลังใจในการทำงานแก่ข้าราชการตำรวจทุกคน โดยไม่ได้มุ่งเน้นใช้อำนาจของตนในการควบคุมตามการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชา ทำให้ข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม ตั้งใจปฏิบัติงานที่ตนเองรับผิดชอบหรือได้รับมอบหมายอย่างเต็มกำลังความสามารถ ทั้งการตรวจตราห้องที่ การใช้ระบบป้อมยาม และการตั้งจุดตรวจค้นให้สำเร็จลุล่วงตามเป้าหมายที่กำหนด เช่นเดียวกับการให้อำนาจแก่ผู้ตาม เป็นการให้อิสระแก่ข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม กำหนดแบบแผนหรือทิศทางการทำงานของตนเอง รวมทั้งสนับสนุนให้ริเริ่มทำสิ่งใหม่ โดยข้าราชการตำรวจแต่ละคนต้องรับผิดชอบต่อการตัดสินใจหรือผลของการปฏิบัติของตนด้วย การกระทำเช่นนี้ทำให้ข้าราชการตำรวจมุ่งความสนใจต่อผลสำเร็จของงาน ทั้งการควบคุมกระบวนการปฏิบัติงานและการรับมือกับปัญหาหรืออุปสรรคที่เกิดขึ้น กระทั่งทำให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของฝ่ายป้องกันและปราบปราม สถานีตำรวจนครบาลทุ่งสองห้อง อยู่ในระดับดี

ผลการศึกษาในครั้งนี้ จึงนำไปสู่องค์ความรู้ที่ได้รับคือ หากสถานีตำรวจนครบาลต้องการเพิ่มระดับประสิทธิผลหรือความสำเร็จในปฏิบัติงาน ของข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปราม ผู้บังคับบัญชาหรือผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลจะต้องแสดงบทบาทสำคัญของภาวะผู้นำแบบรับใช้ ด้วยการให้คุณค่า (Values) และการสนับสนุน (Support) แก่ผู้ใต้บังคับบัญชา โดยการให้คุณค่าควรกระทำผ่านพฤติกรรมการอ่อนน้อมถ่อมตน ด้วยการเห็นความสำคัญของข้าราชการตำรวจ พร้อมกับการสนับสนุนส่งเสริมศักยภาพ เพื่อให้ข้าราชการตำรวจสามารถปฏิบัติงานตามหน้าที่ และสร้างความรู้สึกรับผิดชอบต่อภาระงานที่ได้รับมอบหมาย

ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1. ภาวะผู้นำแบบบริการ

ด้านความรักอย่างบริสุทธิ์ใจ ผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทั้งสองห้อง ควรมองผู้ใต้บังคับบัญชาเป็นบุคคลที่มีความสำคัญทุกคน และช่วยสนับสนุนและให้กำลังใจแก่ผู้ใต้บังคับบัญชา ทำให้เกิดการงานที่จงรักภักดี และพร้อมทุ่มเททั้งกำลังใจและกำลังกายส่งผลให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด

ด้านความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน นอกเหนือจากการให้นโยบายและแนวทางเกี่ยวกับการปฏิบัติงาน ผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทั้งสองห้องควรพร้อมเป็นผู้ให้คำปรึกษาแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาในเรื่องต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาสามารถแก้ไขงานที่มีข้อผิดพลาด รวมถึงเปิดโอกาสให้ข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปรามทุกคน สามารถพูดคุยเพื่อหาแนวทางในการทำงานร่วมกัน

ด้านการเห็นแก่ประโยชน์ของผู้อื่น ผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทั้งสองห้องควรจัดสวัสดิการเพิ่มเติมให้ผู้ใต้บังคับบัญชาให้สอดคล้องกับสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน นอกเหนือจากสวัสดิการปกติของข้าราชการตำรวจ เพื่อเป็นการช่วยเหลือบรรเทาความเดือดร้อน และประโยชน์ที่ผู้ใต้บังคับบัญชาจะได้รับ

ด้านการมีวิสัยทัศน์ แม้ผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทั้งสองห้องจะมีวิสัยทัศน์การทำงาน แต่ควรมีการสื่อสารวิสัยทัศน์ในการปฏิบัติงานแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อกระตุ้นเน้นย้ำให้ผู้ใต้บังคับบัญชา ใช้เป็นกรอบแนวทางในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนด

ด้านการไว้วางใจ ผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทั้งสองห้องควรให้เกียรติแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาในการทำงานในตำแหน่งของตน และมีความอิสระที่เกิดจากการวางใจ ส่งเสริมขวัญ และกำลังใจให้ผู้ใต้บังคับบัญชา เป็นการช่วยพาทีมให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์การ

ด้านการให้บริการ ผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทั้งสองห้อง ควรให้ความสำคัญกับการตรวจสอบและพัฒนา อุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ ยานพาหนะ เครื่องมือสื่อสารของสถานีให้ทันสมัยอย่างมี

ประสิทธิภาพ ตลอดจนนำระบบวิทยาการและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ ในการสืบสวนปราบปราม อาชญากรรมอย่างเหมาะสม

ด้านการให้อำนาจแก่ผู้ตาม ผู้กำกับผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทั้งสองห้อง ควรสนับสนุนให้มีการจัดโครงการเกี่ยวกับการเสริมสร้าง คุณลักษณะภาวะผู้นำภายในองค์กรและเครือข่าย เพื่อเสริมสร้างข้าราชการตำรวจ ให้มีภาวะผู้นำในการปฏิบัติงานในหน่วยงานของตนเอง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ การทำงานให้มากขึ้น

2. ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ด้านการตรวจตราท้องที่ ผู้กำกับผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทั้งสองห้อง ควรมีนโยบาย ให้ข้าราชการตำรวจฝ่ายป้องกันและปราบปรามตรวจหรือเพิ่มความถี่ในการตรวจจุดล่อแหลมให้มากขึ้น รวมถึงการวางแผนปฏิบัติงาน โดยนำสถิติคดีอาญาและข้อมูลที่ได้จากการสำรวจ มาวิเคราะห์พื้นที่ (หากจุด เสี่ยง/จุดล่อแหลม) และช่วงเวลาที่เกิดอาชญากรรมสูง แล้วนำมาวางแผนการจัดสายตรวจให้สอดคล้องใน พื้นที่และช่วงเวลาที่เกิดอาชญากรรมสูงนั้น โดยต้องมีการกำหนดแผนการออกตรวจทุกวัน และปรับ แผนการตรวจ

ด้านการใช้ระบบป้องกัน ผู้กำกับผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทั้งสองห้อง ควรเพิ่ม ประสิทธิภาพการเฝ้าระวัง ด้วยระบบกล้องโทรทัศน์วงจรปิด (CCTV) และระบบสัญญาณเตือนภัย เพื่อ ป้องกันเหตุ โดยมีการทดสอบและพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งประสานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้ง หน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อสนับสนุนให้มีการติดตั้งกล้อง CCTV ในจุดที่ล่อแหลมต่อการเกิด อาชญากรรม และทางแยกต่างๆ

ด้านการตั้งจุดตรวจค้น ผู้กำกับผู้กำกับการสถานีตำรวจนครบาลทั้งสองห้อง ควรมุ่งเน้นให้ข้าราชการตำรวจทุกฝ่ายและภาคส่วนต่าง ๆ เช่น ทหาร ฝ่ายปกครอง อาสาสมัครตำรวจบ้าน ยาม หรือ บริษัทรักษาความปลอดภัยเอกชน และประชาชน เข้ามามีส่วนร่วมบูรณาการกำลังพลและ สนับสนุนภารกิจ รวมถึงมีการตั้งกลุ่ม “ไลน์” เพื่อสื่อสารข้อมูลข่าวสารและประสานงานกันงานในการ ป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมหรือภัยต่าง ๆ ในเขตพื้นที่บริการสถานีตำรวจนครบาลทั้งสองห้อง

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ด้วยทฤษฎีภาวะผู้นำแบบบริกรมีจำนวนหลายทฤษฎี ผู้ที่สนใจศึกษาภาวะผู้นำแบบบริกรอาจ นำทฤษฎีอื่นมาใช้ศึกษาภาวะผู้นำแบบบริกร เพื่อทราบถึงอิทธิพลขององค์ประกอบด้านอื่น ๆ ที่แตกต่าง ไปจากการศึกษาในครั้งนี้ และนำมาเปรียบเทียบผลการศึกษาว่า มีข้อแตกต่างกันหรือสอดคล้องกันมาก น้อยเพียงใด

2. ผู้ที่สนใจศึกษาภาวะผู้นำแบบบริกร ควรนำวิธีการศึกษาเชิงคุณภาพมาใช้ในการ ศึกษา คุณลักษณะหรือพฤติกรรมตามองค์ประกอบของภาวะผู้นำแบบบริกรแต่ละด้าน เพื่อจะได้นำข้อมูลเชิงลึก

ไปใช้ในการปรับปรุง พัฒนาภาวะผู้นำแบบบริการและประสิทธิผลการปฏิบัติงานที่เหมาะสม และสอดคล้องกับข้าราชการตำรวจต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- เกรียงไกร ยิ่งยง. (2559). ภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อความเป็นเลิศของโรงเรียนคาทอลิก สังกัดสังฆมณฑลนครราชสีมา. *วารสารศึกษาศาสตร์*, 27(1), 143-155.
- คมกฤช ประการะสังข์. (2559). ภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการบริหารแบบมีส่วนร่วมในการบริหารงานของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1 (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์). ฉะเชิงเทรา: มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์.
- จิรวรรณ เล่งพานิชย์. (2554). โมเดลสมการโครงสร้างภาวะผู้นำแบบใฝ่บริการของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เฉลิม สุขเจริญ. (2557). แรงจูงใจในการทำงานกับประสิทธิผลในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.
- ชนภัทร สุขสวัสดิ์. (2556). ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานป้องกันปราบปรามอาชญากรรมของสถานีตำรวจนครบาลคันนายาว (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.
- ชนิกานต์ เสียงเย็น. (2557). ภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้ความพึงพอใจในงานจิตวิญญาณในการทำงานและพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของหัวหน้างาน ในธุรกิจบัตรเครดิตและสินเชื่อ. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 40(2), 153-164.
- ธนบดี ศรีโคตร. (2562). สภาพและแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำแบบใฝ่บริการของผู้บริหารสถานศึกษาเอกชน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2 (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์). มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- ประสาน หอมพูล. (2540). การบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ: ฟิสิกส์ เซ็นเตอร์.
- พัชรพล แสงพุ่ม. (2557). ประสิทธิภาพการบริหารงานสถานีตำรวจภูธรเมืองพิษณุโลก (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- ไพโรจน์ ญัตติอัครวงศ์. (2559). ภาวะผู้นำแบบบริการ ความฉลาดทางอารมณ์กับประสิทธิผลองค์การของโรงเรียนในสังกัดกรุงเทพมหานคร (ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาโทบริหารศึกษาศาสตร์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.
- วชิรวรรณ งามละม่อม. (2563). การศึกษาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความพึงพอใจของนักศึกษาสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 2(1), 1-28.

- วสุภาภรณ์ วงศ์กรเชาวลิต. (2560). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของจิตอาสาในองค์กรไม่แสวงหาผลกำไร กรณีศึกษา: มูลนิธิแสงธรรมส่องหล้ากรุงเทพมหานคร* (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุชาติ ตรีไชย. (2562). *ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจกองบังคับการสืบสวนสอบสวน ตำรวจภูธรภาค 2* (สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). ชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุพรรณนิภา นามกันยา. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย เขต 2. *วารสารราชพฤกษ์*, 14(2), 122-129.
- สุพัตรา จุณณะปิยะ. (2561). *ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลการปฏิบัติงานของบุคลากรในที่ว่ากล่าวอำเภอ จังหวัดนครปฐม. วารสารสหวิทยาการวิจัย: ฉบับบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 7(1), 171-177.
- อมรา กาฬสมุทร. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำใฝ่บริการของผู้บริหารสถานศึกษากับบรรยากาศองค์การของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชุมพร เขต 2. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 16(1), 162-174.
- อุษณี มงคลพิทักษ์สุข. (2557). *วัฒนธรรมองค์กรกับประสิทธิผลขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น*. (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกริก.
- Patterson, K. (2003). *Servant leadership: A theoretical model*. (Doctoral Dissertation) Regent University. AAT 3082719.